

Воздушный транспорт

РЫНОЧНЫЙ РАСКЛАД | Чем притягивают и отталкивают авиадискаунтеры

С ЛИБЕРАЛИЗАЦИЕЙ воздушного законодательства рынок **БЮДЖЕТНЫХ АВИАПЕРЕВОЗОК** пошел в России на взлет. Среди пассажиров **ЛОУКОСТЕРОВ** все больше тех, кто раньше никогда не летал.

Закон для экономии



Фото: Григорий Сысоев/РИА Новости

ВЛАДИМИР ПАНЬКОВ,
ЛАРА БОРУЗДИНА

По данным Росавиации, авиакомпания «Победа» (входит в группу «Аэрофлот») за январь—октябрь 2019 года перевезла на 45,2% больше пассажиров, чем за аналогичный период про-

шлого года. Для сравнения: темпы роста пассажиропотока пяти крупнейших российских авиакомпаний в целом за это время увеличились лишь на 10,9%. Сегодня «Победа» — единственный успешный российский лоукостер, сумевший за пять лет с момента создания уверенно войти в топ-5 крупнейших российских авиакомпаний.

Но это стало возможно благодаря серьезным изменениям законодательства по регулированию рынка пассажирских авиаперевозок.

Все началось с того, что в октябре 2012 года генеральный директор «Аэрофлота» Виталий Савельев на встрече с Владимиром Путиным рассказал о планах создания в составе группы бюджетно-

го перевозчика, обратив внимание президента на пункты Воздушного кодекса, сдерживавшие развитие бюджетного сегмента пассажирских авиаперевозок, и предложил внести в законодательство соответствующие изменения. В результате на рынке появился игрок, благодаря кото-

Инструменты

В поисках эффективных **БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ** полносервисные компании перенимают приемы лоукостеров, а бюджетные перевозчики, в свою очередь, расширяют спектр доступных **УСЛУГ**.

Доступное небо



← Авиадискаунтеры приучают пассажиров довольствоваться в путешествии ручной кладью

ВЛАДИМИР ПАНЬКОВ,
ЮЛИЯ ГЛУХОВСКАЯ

По данным Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA), пассажиропоток лоукостеров (Low-Cost Carrier, LCC) в мире в 2018 году вырос на 13,4% при общей динамике отрасли 6,9%. На их долю пришелся 21% рынка (в 2004 году — 11%). По оценкам австралийского аналитического центра авиации CAPA (международная компания, обрабатывающая информацию о рынке пассажирских авиаперевозок для авиационной и туристической индустрии Европы, Северной Америки, Азии и Австралии), 33% посадочных мест на внутренних рейсах в пределах макрорегионов и 13% мест на рейсах между регионами в 2018 году пришлось на лоукостеры.

Бюджетные перевозчики приобщили к перелетам новых пассажиров, которые никогда не летали и даже не рассматривали для себя такую возможность, говорит ведущий научный сотрудник Института транспорта и транспортной политики НИУ ВШЭ Федор Борисов.

«Впечатляющий рост пассажиропотока единственного в России лоукостера «Победа» говорит о том, что российский рынок развивается в соответствии с мировыми тенденциями», — отмечает глава аналитической службы «АвиаПорт» Олег Пантелеев. Крупные европейские перевозчики формируют бюджетные подразделения в рамках своих групп; соответствует этому тренду и опыт «Аэрофлота». Так, в 2002-м начала операционную деятельность «дочка» Lufthansa — Germanwings, в 2013-м французская Air France-KLM заявила о запуске дочернего лоукостера Hop!, в 2017 году стал летать дальнемагистральный лоукостер Level, созданный в составе международной авиационной группы IAG.

В 2016 году произошло знаковое событие — бюджетной компании впервые удалось потеснить на рынке полносервисный авиахолдинг: крупнейшей авиакомпанией в Европе по числу перевезенных пассажиров впервые стал ирландский лоукостер Ryanair, опередивший Lufthansa Group. Чистая прибыль Ryanair превысила аналогичный показатель транснациональной Air France-KLM — €1316 млн против €792 млн соответственно.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЛИНИЯ

Развитию рынка бюджетных авиаперевозок в международном масштабе предшествовало дерегулирование рынка в США. В 1978 году правительство этой страны упростило выдачу лицензий на эксплуатацию авиалиний и дало им возможность самостоятельно изменять частоту полетов. Кроме того, перевозчики получили возможность менять тарифы — снижать их не более чем на 50% и повышать в пределах 5%. К этому времени в стране работали уже несколько лоукостеров, в том числе один из крупнейших — основанная в 1971 году компания Southwest Airlines.

В Европе еще в 1987 году была принята трехлетняя программа поэтапной либерализации рынка, уже тогда было разрешено свободно назначать тарифы. В 1990 году с бюджетной бизнес-моделью вышел сегодняшний лидер рынка лоукостеров — ирландская Ryanair. Через пять лет за ней последовала британская EasyJet.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР) лоукостеры осваивают небо с 2000-х годов.

Создание в начале 2000-х единого европейского воздушного пространства, обеспечившего принцип «откры-

того неба» для авиакомпаний Евросоюза, стимулировало выход на рынок новых игроков бюджетных авиаперевозок, таких как венгерская Wizz Air и словацкая SkyEurope (компания просуществовала до 2009 года), к концу 2007-го в Европе работало более 45 лоукостеров.

На европейском рынке LCC отчетливо видна тенденция укрупнения игроков, поэтому аналитики NPD Travel Retail считают, что постепенно сформируется ситуация, аналогичная сложившейся на американском рынке. Там на четырех операторов — Southwest Airlines, Alaska Airlines, JetBlue и Spirit Airlines — приходится 85% перевозок LCC.

Кроме того, отмечают эксперты NPD Travel Re, сегодня динамично растет рынок Восточной Европы: количество пассажиров, перевезенных лоукостерами, здесь за последние пять лет выросло почти на 18%. Причем европейские пассажиры всех демографических групп предпочитают бюджетные перелеты.

Европейский и североамериканский рынки LCC, самые развитые на данный момент, близки к насыщению.

В то же время в США, по данным CAPA, с 2007 года не появилось ни одной новой бюджетной авиакомпании.

В целом международный рынок лоукостеров последние несколько лет развивался за счет стремительного выхода на рынок дальнемагистральных перелетов — длительностью более шести часов. Его дальнейший рост аналитики NPD Travel Retail связывают с развивающимися странами, в частности растущими доходами и тягой к путешествиям жителей АТР. Пассажиропоток авиакомпаний рынка LCC в регионе за пять лет увеличился на 6,1% и достиг доли 23,1%. В частности, количество пассажиров, предпочитающих LCC, в Восточной Азии, включая Китай, выросло на 16%. Аудитория пяти лидирующих операторов региона — TWay Air, Air Busan, Eastar Jet, Jeju Air и Jin Air — за год выросла более чем на 30%. В Южной Корее и Таиланде, например, уже действует по шесть национальных бюджетных авиакомпаний.

РОССИЙСКИЙ МАСШТАБ

Высок потенциал развития рынка лоукостеров и в России, отмечают аналитики CAPA: за первые девять месяцев 2019 года на долю LCC в стране приходится лишь 9,8% мест на внутренних рейсах и 5,7% — на международных. Но динамика впечатляет. За пять лет с момента основания компании «Победа» в 2014 году ее аудитория стремительно выросла — в 2019 году услугами российского лоукостера уже воспользовались 10 млн пассажиров. А к 2023 году, согласно стратегии «Аэрофлота», пассажиропоток здесь должен увеличиться до 25–30 млн.

>10

млн пассажиров планирует перевести «Победа» в текущем году

Инструменты



Фото: Getty Images Russia

← Аэровокзальная инфраструктура в стране долгое время не развивалась и только в последнее время ее стали активно модернизировать

Средняя загрузка рейсов за пять лет выросла с 60,5 до 95–96%. В 110 маршрутов авиакомпании входят в том числе 27 городов Европы, СНГ и Израиля. Как ранее (в 2018 году) заявлял глава «Победы» Андрей Калмыков в интервью РБК, развитие международных рейсов, на которых компания зарабатывает больше, позволяет перекрестно субсидировать межрегиональные перевозки. При этом 36% рейсов внутри России осуществляется без пересадки в Москве. По словам Андрея Калмыкова, в стране еще много городов-миллионников, которые не связаны между собой. А чтобы конкурировать с основными альтернативами — РЖД и автобусным сообщением, цены на авиаперевозки должны быть сопоставимы с наземным транспортом.

По итогам 2018 года компания Boeing, которая регулярно мониторит ключевые эксплуатационные параметры своих самолетов, отметила российскую компанию за лучший показатель в мире по налету Boeing 737-800 среди глобальных бюджетных перевозчиков. Кроме того, в 2018 году «Победа» продала более 400 тыс. билетов по минимальным тарифам 499 и 999 руб.

с учетом всех аэропортовых сборов. Эксперты метапоисковика Aviasales отмечают, что в целом приход «Победы» приводит к снижению цен на самые востребованные маршруты у всех перевозчиков.

Развитию бизнеса лоукостеров в США и Европе помогло, в частности, использование второстепенных аэропортов с менее дорогим обслуживанием. Ryanair и EasyJet, например, вместо лондонского Хитроу предпочитают обслуживаться в Станстеде, вместо римского Фьюмичино используют аэропорт Рим-Чампино, а вместо Берлин-Тегель — Берлин-Шенефельд. В Европе вторичные аэропорты — довольно распространенное явление, отмечает Олег Пантелеев: «Однако в России их практически нет, кроме, пожалуй, Жуковского».

Кроме того, по его словам, аэровокзальная инфраструктура в стране долгое время не развивалась и только в последнее время ее стали активно модернизировать. Однако инвестиции в развитие аэропортов требуют возврата, что повышает стоимость обслуживания. Российский рынок авиаперевозок — развивающийся, пассажиропоток растет,

Рост числа пассажиров и загрузки рейсов «Победы»

	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Общая численность пассажиров, млн	0,04	3,1	4,3	4,6	7,2	>10
Средняя загрузка рейсов, %	60,5	58,1	82,6	87,0	88,7	95–96

Источник: пресс-служба компании «Победа»

Парк самолетов «Победы» и среднесуточный налет одного судна

	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Количество самолетов	8	12	12	16	24	30
Среднесуточный налет на одно судно, часы	8,11	11,0	12,29	13,23	14,08	13,43

Источник: пресс-служба компании «Победа»

и, чтобы за ним успевать, приходится строить с запасом. В то же время высокие ставки по кредитам не позволяют складывать длительные сроки окупаемости проектов, что «драматически отражается на тарифах реконструированных аэропортов», по словам Олега Пантелеева. «Когда инвестиционный цикл пройден, темпы роста перевозок стабилизируются, будут снижены ставки по заемным средствам, сроки окупаемости инфраструктурных проектов удастся увеличить до европейских — 15–20 лет и рост стоимости обслуживания в аэропортах будет менее интенсивным», — полагает эксперт.

По мере дальнейшего дерегулирования рынка, а также развития инфраструктуры могут появиться и новые игроки, считают аналитики. В частности, ранее о возможности создания еще одного бюджетного авиаперевозчика заявляли источники в ВТБ и Сбербанке. Кроме того, Минобороны России в июле этого года предложило построить на базе военного аэродрома Клин-5 транспортный хаб для лоукостеров. Глава Федеральной антимонопольной службы Игорь Артемьев в недавнем интервью агентству «Прайм» также заявил о необходимости развивать конкуренцию на рынке бюджетных авиаперевозок. По его мнению, этому могла бы способствовать продажа «Победы» частным инвесторам и тиражирование опыта успешной компании на новые подобные проекты.

ГИБРИДНЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Под влиянием лоукостеров традиционные перевозчики стали менять подходы к организации бизнеса, говорит заместитель исполнительного директора НКО «Российская ассоциация эксплуатантов воздушного транспорта» Борис Шокуров: «Эта бизнес-модель оказала большое влияние на всю гражданскую

авиацию, как на полносервисные компании, так и на другие сегменты». Конкуренция с лоукостерами, по его словам, способствовала ускорению внедрения авиакомпаниями новых технологий — электронных билетов и онлайн-регистрации, а также дополнительных сервисов — заказа такси, размещения в отеле.

Сегодня «Аэрофлот» и другие российские перевозчики — S7, Utair, «Уральские авиалинии», отмечает Олег Пантелеев, пользуются отдельными принципами компаний лоукостеров: у них гибкая тарифная политика, вводятся относительно невысокие безбагажные и невозвратные тарифы. В таких условиях, по его мнению, новые игроки на рынке лоукостеров могут и не понадобиться.

Рынок ищет модель с максимальной доходностью, говорит Федор Борисов: «Сейчас в принципе все авиакомпании — гибридные». Не только полносервисные компании частично перенимают принципы «бюджетников», идет и обратный процесс. «Многие лоукостеры, изначально не имевшие бизнес-класса, возвращают у себя эту опцию, в то время как мейджоры сокращают его до минимума», — говорит Федор Борисов.

Например, компания «Победа», у которой нет бизнес-класса, летом 2019 года разрешила провозить ноутбук больших габаритов, чем положено по нормативам, в ручной клади. В компании это объяснили ростом числа бизнес-клиентов — на некоторых рейсах их доля составила 43%. «Они часто провозят больших ноутбуков, размеры которых превышают габариты калибратора», — приводят в пресс-службе компании слова генерального директора Андрея Калмыкова.

Как отмечает Федор Борисов, команде «Победы» удалось выстроить эффективную систему управления. ■

ДИСКАУНТЕРЫ НА ВЗЛЕТЕ

Лоукостер — авиакомпания, которая за счет минимизации внутренних издержек и гибкого управления услугами — отказа от одних сервисов и внедрения других, например электронных билетов, может предложить низкую плату за полет. С развитием рынка LCC средняя цена на авиабилеты в обе стороны снизилась более чем с \$1 тыс. в 1995 году до порядка \$350 в 2015-м (данные IATA). Для бизнес-модели лоукостеров характерны один пассажирский класс и один тип

самолетов, электронные невозвратные билеты и их прямая продажа через интернет, поощрение раннего резервирования билетов, использование вторичных аэропортов, а также ранний или поздний вылет в целях сокращения издержек на работу в условиях загруженного воздушного пространства, быстрый оборот самолета, сокращение услуг на борту (отсутствие питания, ограниченный провоз багажа) и дополнительный доход от введения этих услуг в виде опциональных.

Число пассажиров, предпочитающих бюджетные авиакомпании, с 2014 года выросло в мире на 5,5%, отмечают аналитики британской консалтинговой компании NPD Travel Retail. В период с мая 2017 по апрель 2018 года лоукостеры перевезли 443 млн человек. Наиболее популярны бюджетные авиаперевозки в Европе, там 37,9% всех пассажиров летают лоукостерами, за пять лет рост составил 6,7%. По итогам первых девяти месяцев этого года, по оценке CAPA, LCC занимают 41,8% всех авиакресел в Европе. ■

Рыночный расклад

← 1 рому почти 12% его клиентов впервые смогли полететь на самолете.

ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН

В апреле 2014 года президент подписал федеральный закон о внесении изменений в Воздушный кодекс РФ, и перевозчики получили возможность продавать невозвратные билеты (ст. 108), а иностранным пилотам разрешили летать на рейсах российских авиакомпаний (ст. 56). Тогда же в приказе Минтранса РФ, направленном «на снижение стоимости авиаперевозок на внутренних линиях», появилась поправка об отмене обязательного питания, стоимость которого включается в цену билета. Эти нововведения позволили учрежденной в сентябре того же года авиакомпании «Победа» выполнить ключевое условие успешности бизнес-модели бюджетной авиакомпании — минимизировать издержки и снизить стоимость перелета.

В декабре 2014-го был выполнен первый полет, уже за первые 12 часов было забронировано более 7 тыс. билетов, за день — 16 тыс., и до конца года услугами авиаперевозчика успели воспользоваться 39,6 тыс. пассажиров. А через год их число многократно выросло, достигнув 3,1 млн. Тогда же был совершен первый международный рейс. И в 2019 году услугами российского лоукостера уже воспользовались 10 млн пассажиров.

Попытки создать в стране бюджетные авиакомпании предпринимались неоднократно. Но до изменения законодательства в 2014 году все бюджетные проекты были обречены на провал. В частности, Sky Express продержалась на рынке с 2006 по 2011 год, когда была признана банкротом. Та же участь постигла второй российский лоукостер — компанию «Авианова» (2009–2011 годы).

«Отечественный рынок и российское законодательство до недавнего времени не были готовы к такому формату», — говорит главный редактор журнала «Авиатранспортное обозрение» Алексей Синицкий. Возможность снижать издержки за счет отказа от части традиционных услуг и введения отдельной платы за некоторые из них позволяет не только снизить цену билетов, но также сократить время подготовки рейсов. «В полете самолет зарабатывает деньги, а на земле их только тратит», — говорит эксперт.



← В 110 маршрутов авиакомпании входят в том числе 27 городов Европы, СНГ и Израиля

Фото: Марина Лысцева/ТАСС

БЕЗ БАГАЖА

Изменения в правилах пассажирских авиаперевозок в части провоза багажа поначалу вызывали неоднозначную реакцию потребителей. В первую очередь это относится к правилам провоза багажа. В ходе обсуждения в Совете Федерации законопроекта, позволяющего авиакомпаниям исключить бесплатный багаж при покупке пассажиром невозвратных билетов, некоторые сенаторы выступили против такого нововведения.

Например, Людмила Нарусова заявила, что «закон ущемляет права гражданина, в данном случае — пассажира», а глава комитета по конституционному законодательству Андрей Клишас потребовал доработки законопроекта. Одновременно Роспотребнадзор получил десятки тысяч жалоб пассажиров.

Тем не менее в сентябре 2019 года соответствующие поправки в Воздушный кодекс РФ вступили в силу. По правилам, которые установил Минтранс РФ в 2007 году, перевозчик был обязан бесплатно провозить минимум 10 кг (сумма веса багажа и ручной клади). В 2017 году президент подписал поправки в Воздушный кодекс РФ, которые отменили эту обязанность авиаперевозчика в отношении пассажира, купившего невозвратный билет.

Для упрощения процедуры проверки габаритов ручной клади (это понятие впервые было оформлено законодательно) в аэропортах появились калибраторы. Новые правила перевозки багажа помогли «Победе» снизить цену большинства билетов на 30%, а минимальный тариф — на 50%, об этом представители компании заявляли в СМИ. По

данным агентства «АвиаПорт», эти изменения дают возможность российским бюджетным авиакомпаниям конкурировать по ценам с зарубежными лоукостерами.

2017 год выдался сложным для авиаперевозчиков, поскольку упал курс рубля, выросли цены на авиатопливо, подорожало и техобслуживание, говорит исполнительный директор агентства «АвиаПорт» Олег Пантелеев. «В этих условиях безбагажные тарифы позволили если не снизить цену на дешевую линейку билетов, то хотя бы удержать ее на нижней планке 2016 года, и это подтверждает наша статистика», — объясняет эксперт.

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ

Для развития конкуренции на рынке внутренних авиаперевозок, к которым допускаются только российские компании, необходимо продолжить либерализацию и упростить выход на рынок новых компаний, считает ведущий научный сотрудник Института транспорта и транспортной политики НИУ ВШЭ Федор Борисов. Несмотря на ряд значительных законодательных послабле-

ний в области пассажирских авиаперевозок, требования регулятора все еще чрезмерны, считает он: «Чтобы выйти на рынок, нужно законтрактовать восемь самолетов, три из которых должны быть в парке. Доступ на международный рынок, где маржа выше, новая компания получает лишь через два года».

Кроме того, достаточно существенной издержкой являются аэропортовые сборы, говорит Федор Борисов: «Для модели лоукостера возможность их снижения имеет важное значение». Причина высоких тарифов российских аэропортов — избыточные требования регулятора, сохранившиеся с советского времени, говорит эксперт: «На небольшом аэродроме, где в Америке будут работать 10–15 человек, у нас должны работать 70–150, трудовое законодательство не позволяет совмещать должности, необходимо отдельно сертифицировать персонал на каждый вид работы. Эти довольно рудиментарные, оставшиеся с советской поры требования серьезно раздувают штат и, соответственно, повышают издержки аэропорта». ▀

Строгие нравы

Отсутствие бортового питания, небольшие расстояния между креслами (у некоторых компаний — 71 см), невозможность их откинуть, только платный выбор места, платный провоз багажа — эти правила характерны для большинства бюджетных перевозчиков в мире. Иногда авиакомпании вводят особые условия. На рейсах латвийского бюджетного авиаперевозчика airBaltic пас-

сажир может быть оштрафован на €100 за не переведенный в авиарежим смартфон. А канадский лоукостер Island Express Air запрещает пассажирам находиться на борту с оголенным животом. Генеральный директор ирландского лоукостера Ryanair Майкл О'Лири предложил сделать в самолете стоячие места, но инициатива не была поддержана по соображениям безопасности. ▀

«ВОЗДУШНЫЙ ТРАНСПОРТ» (18+)

Тематическое приложение к «Ежедневной деловой газете РБК»

Является неотъемлемой частью «Ежедневной деловой газеты РБК» № 209 (3164) от 24 декабря 2019 г.

Распространяется в составе газеты

Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+

Рекламно-информационный проект: ПАО «Аэрофлот»

Учредитель: ООО «БизнесПресс»

Издатель: ООО «БизнесПресс»

Директор ИД РБК+: Ирина Митрофанова

Главный редактор партнерских проектов РБК+: Наталья Кулакова

Шеф-редактор печатной версии РБК+: Юрий Львов

Редактор РБК+ «Воздушный транспорт»: Юлия Панфилова

Выпускающий редактор: Андрей Уткин

Руководитель дизайн-департамента: Евгения Дацко

Дизайнеры: Дмитрий Иванов, Сергей Пивоваров

Фоторедактор: Алена Кондюрина

Корректоры: Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко

И.о. главного редактора газеты: Петр Геннадьевич Канаев

Рекламная служба: 8 (495) 363-11-11, доб. 1342

Коммерческий директор издательства РБК+: Анна Брук

Директор по продажам РБК+: Евгения Карлина

Директор по производству: Надежда Фомина

Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1