

Конкуренция на рынке авиаперевозок: позиции лоукостеров



Л. Л. Разумнова,
д-р экон. наук, профессор
Московского авиационного
института (национального
исследовательского
университета)

С помощью анализа бизнес-модели лоукостеров выявлены барьеры в развитии российского сегмента низкобюджетных авиаперевозок. Главные из них – низкая мобильность населения, отсутствие достаточных экономических точек роста в регионах, монопольное положение операторов наземного обслуживания и слабая государственная финансовая поддержка. Предложен метод сценарного планирования, позволяющий снизить степень неопределенности будущего при разработке стратегии низкобюджетной компании в России [1–4].

Современные тенденции мирового рынка авиаперевозок

Рынок авиаперевозок является одним из наиболее динамичных сегментов мировой экономики. Так, по данным компании Amadeus, среднегодовой рост объема мировых пассажирских перевозок в 2002–2012 гг. составил 4 %, в 2012–2013 гг. – более 5 %. В региональном разрезе самый быстрорастущий и конкурентный рынок представляет Азия, где количество ежегодно обслуживаемых пассажиров за аналогичный период возросло на 9 %. Второе место занимает Латинская Америка с показателем в 6 % [5]. Европейский рынок, один из крупнейших в мире, вступил в фазу замедленного роста: в 2013 г., по информации Международной ассоциации воздушного транспорта (ИАТА – International Air Transport Association, IATA), он вырос на 3,8 %, что меньше среднемирового показателя. В целом, по данным этой организации, за последние 7 лет мировой рынок авиаперевозок увеличился примерно на 30 % (на 1 млрд пассажиров). Этому способствовало развитие глобальной экономики, увеличение общей мобильности населения, а также применение участниками рынка новых бизнес-моделей перевозок.

По данным ИАТА, общее количество перевезенных пассажиров в 2013 г. выросло на 5,1 % и составило 3,1 млрд человек.

В то же время международный рынок авиаперевозок характеризуется высокой концентрацией. Так, 40 % авиаперевозок выполняется по 1 тыс. наиболее

популярных маршрутов, 22 % сосредоточено всего на 300 направлениях. При неизменном росте объема рынка процесс концентрации перевозок на определенных направлениях продолжается.

Интенсивность пассажиропотоков значительно различается в зависимости от региона. Семь из десяти интенсивных мировых направлений приходится на азиатский регион, который одновременно занимает первое место по объему пассажирских перевозок (787 млн чел. в 2012 г.).

Большая часть всех мировых авиаперевозок (69 %) характеризуется низкой интенсивностью, из них 35 % выполняют перевозчики из стран Европы и Северной Америки. В совокупности по двум регионам объем авиаперевозок в 2012 г. оценивался в 1,3 млрд чел.

В пятерку наиболее востребованных маршрутов входят Чеджу – Сеул, Саппоро – Токио, Рио-де-Жанейро – Сан-Паулу, Пекин – Шанхай, Мельбурн – Сидней.

Одним из главных факторов развития мирового рынка авиаперевозок является усиление конкуренции. Так, доля авиаперевозок с четырьмя или более конкурирующими авиакомпаниями в 2010–2012 гг. возросла с 35 % до 38 %, а доля пассажиропотока, обслуживаемого только одной или двумя авиакомпаниями, уменьшилась с 39 % до 35 %.

По итогам 2013 г. в пятерку мировых лидеров по объему пассажирооборота входят четыре компании из США: Delta Air Lines, Southwest Airlines, United Airlines, American Airlines. Компания Southwest Airlines является крупнейшей среди всех лоукостеров, три

Таблица 1. Крупнейшие авиакомпании мира в 2013 г. [6]

Компания	Пассажирооборот (млн чел.)	Страна
Delta Air Lines	116,726	США
Southwest Airlines	112,234	США
United Airlines	92,619	США
American Airlines	86,335	США
China Southern Airlines	86,277	КНР
Ryanair	79,649	Ирландия
China Eastern Airlines	79,611	КНР
Lufthansa	64,393	Германия
US Airways	54,238	США
Air France	50,636	Франция

другие возглавляют рейтинги глобальных альянсов SkyTeam, Star Alliance, Oneworld, соответственно, (табл. 1).

Наиболее конкурентным для авиакомпаний является азиатский рынок, где 75 % воздушного трафика обслуживается тремя и более авиаперевозчиками и 27 % – пятью и более компаниями. В последнее десятилетие развитие конкуренции на азиатском рынке способствовало быстрому росту пассажиропотоков как на маршрутах с высокой интенсивностью (4–9 % в год), так и на малоинтенсивных маршрутах (19–21% в год).

На рынках стран Ближнего Востока и Европы только 50 % всего воздушного трафика обслуживается тремя и более авиакомпаниями. Вместе с тем возрастает роль региона Ближнего Востока как международного хаба, выполняющего стыковочные рейсы между Европой, Азией и Океанией. Уровень стыковочных авиаперевозок в таких аэропортах, как Дубай, Доха и Абу-Даби составляет около 50 %. Только эти три аэропорта обеспечивают 15 % авиаперевозок по направлению Азия – Европа и Европа – Океания.

Драйверами роста конкуренции на рынке авиаперевозок в течение последнего десятилетия стали стремительный рост высококонкурентного рынка Азии; процесс дерегулирования и либерализации, включающий внутрирегиональные и межрегиональные соглашения; кооперация в рамках международных альянсов, и другое.

Напротив, факторами, оказывающими сдерживающее воздействие на развитие отрасли, являются полное или частичное регулирование отрасли государством, низкая норма рентабельности отрасли (не более 2 %), высокая зависимость спроса от общеэкономической ситуации в стране (цикличности

экономики); скачки цен на топливо, и другое.

Значительно снижают конкурентоспособность услуг авиаперевозки факторы, определяемые спецификой самой отрасли: высокий уровень потерь из-за возможности сдачи билетов, большие капитальные затраты на покупку флота, высокая интенсивность контроля, коммуникации и внесения оперативных изменений из-за погодных условий и широкой географии охвата; невозможность принятия быстрых адекватных решений в ответ на изменение макросреды (изменение маршрутов, расписания полетов и др.).

Рынок низкотарифных перевозок

Одним из результатов усиления конкуренции на рынке авиаперевозок стало быстрое развитие сегмента низкотарифных перевозок (LCC-трафика, low-cost carrier, low-cost airline, no-frills carrier, discount carrier, budget carrier). Пионерами лоукостинга стали компании из США, затем Европы, что объясняет значительное присутствие таких компаний на рынках этих регионов. Доля низкобюджетных авиаперевозчиков в Европе и Северной Америке составляет, соответственно, 38 и 30 %. В отдельных европейских странах лоукостеры занимают более половины рынка. Так, в Испании их доля составляет 57 %, в Великобритании – 52 % [5].

На региональных рынках развивающихся стран низкобюджетные перевозки пока значительно уступают магистральным. На них приходится 25 % в Латинской Америке, 19 % – в Азии, 14 % – в странах Ближнего Востока. Доля лоукостеров на рынках авиаперевозок КНР и Японии составляет лишь 1 и 4 %, соответственно. По мнению экспертов, развитие низкобюджетных перевозок в Японии сдерживается особенностями

ми японской культуры и потребительских предпочтений [7]. Однако в целом можно говорить о высоком потенциале роста азиатского рынка. По итогам первого полугодия 2013 г. объем низкобюджетных перевозок в Азии увеличился на 28,7 % против 0,8 и 1,5 % в Европе и США, соответственно [8].

Китайское правительство проводит протекционистскую политику, защищая государственных перевозчиков Air China, China Southern and China Eastern от конкуренции со стороны зарубежных лоукостеров. С 2005 г. в КНР создана лишь одна низкобюджетная компания Spring Airlines, которая занимает 21-ю строчку в мировом рейтинге лоукостеров. Вместе с тем участие китайской инвестиционной компании First Eastern Investment Group в финансировании японского лоукостера Peach, базирующегося в Осаке, свидетельствует о серьезных намерениях КНР развивать сегмент низкобюджетных перевозок не только в своей стране, но и за рубежом [9, 10].

Отметим, что в ряде азиатских стран доля лоукостеров уже достаточно высока, например, на Филиппинах – 65 %, в Таиланде – 61 %.

Бизнес-модель низкобюджетной компании

Уточним, что традиционно под низкобюджетной авиакомпанией (дискаунтером, лоукостером) понимается авиакомпания, которая предлагает более низкую плату за перевозку в обмен на отказ от большинства традиционных пассажирских услуг.

Первоначально этот термин относился ко всем авиакомпаниям с более низкой структурой эксплуатационных расходов, чем у конкурентов. В некоторых случаях лоукостерами назывались региональные авиакомпании, выпол-

няющие перевозки на коротких дистанциях без дополнительного сервиса или с ограниченным набором услуг. В результате эволюции рынка модель лоукостинга претерпела значительные изменения.

Сегодня концепция лоукостинга не сводится только к ценовому преимуществу по отношению к конкурентам. Существует три основных вида модели: ultra LCC или ULCC (ультра низкобюджетная, наиболее близкая к изначальной концепции сегмента – Ryanair, Peach, Spring), low fare carrier (перевозчик с низким тарифом – EasyJet, Flydubai, Germanwings), гибридные модели (Vueling, Air Berlin, Aer Lingus, Icelandair).

Модель ULCC предполагает:

- стандартизацию, унификацию и упрощение всех процедур;
- единую фиксированную запланированную норму прибыли;
- постоянное расширение маршрутной сети;
- отказ от нерентабельных направлений.

Данная модель обеспечивает предельно низкие операционные расходы и, как следствие, низкую себестоимость авиаперевозки.

Модель Low Fare в отличие от предыдущей модели ориентирована на нишевые высококонкурентные рынки и предлагает более широкий выбор продуктов. Для данной модели характерны корпоративные договоры, услуги бизнес-класса, заранее забронированные места на борту и питание, разнообразные методы приобретения авиабилетов, программы лояльности [11].

Полная модель лоукостинга включает целый комплекс элементов, позволяющих значительно снизить затраты по всей цепочке создания стоимости услуги и, безусловно, уменьшить уровень рыночной цены авиабилета:

- один пассажирский класс и один тип самолета, что позволяет сокращать издержки на подготовку персонала и обслуживание техники;
- минимальный набор дополнительного оборудования в самолете, отсутствие развлекательных видеопанелей, AVOD, систем цифровой связи пилотов с землей ACARS, автоторможения и т. д., что снижает стоимость самолета и уменьшает его массу, а значит, и расход топлива;
- простую схему оплаты за проезд, акцент на прямых продажах билетов, особенно через интернет (во избежа-

ние выплат комиссионных агентам и системам резервирования);

- увеличение цены билета по мере заполнения самолета с целью поощрения раннего бронирования; отсутствие мест в посадочных талонах для более быстрого размещения пассажиров в самолете;

- использование менее заполненных аэропортов второго уровня, выполнение ранних или вечерних рейсов во избежание возможных задержек из-за загрузки воздушного пространства и экономии за счет более низких аэропортовых сборов;

- исполнение в течение дня многих рейсов одним самолетом, быстрый оборот самолетов в аэропортах;

- выполнение только прямых рейсов с целью максимального использования самолета и во избежание задержек, связанных с опозданием транзитных пассажиров и потерь багажа между рейсами;

- сокращение набора услуг, предоставляемых пассажирам на борту самолета (перевод таких услуг в разряд платных);

- получение дополнительного дохода от продажи дополнительных услуг на борту самолета и товаров;

- выполнение нескольких функций одним сотрудником (с целью экономии фонда оплаты труда без сокращения зарплат);

- уменьшение роли особых сервисов (например, определение возраста детей, летающих без сопровождающих);

- агрессивные программы хеджирования стоимости топлива;

- отсутствие программ лояльности.

В зависимости от стратегии компании используются различные комбинации элементов модели.

Мировой рынок низкобюджетных перевозок

Формирование сегмента низкобюджетных перевозок проходило в условиях дерегулирования рынка авиаперевозок первоначально в США (в 1970-х годах), затем – в Европе (в 1990-х годах), Азии и Океании (в 2000-х годах). Вхождение стран Восточной Европы в середине 2000-х годов значительно расширило количество обслуживаемых лоукостерами маршрутов. Изменение законодательства ЕС и принятие договора «Об открытом небе» также способствовало развитию лоукостинга и появлению новых компаний.

Низкобюджетные компании составляют конкуренцию в первую очередь компаниям с традиционным полным сервисом обслуживания; компаниям, выполняющим чартерные рейсы на туристических маршрутах; региональным авиакомпаниям, а также компаниям, занимающимся железнодорожными и автомобильными перевозками. В мире насчитывается около 100 лоукостеров. Крупнейшими из них являются американская компания Southwest Airlines (с годовым пассажирооборотом 134,1 млн человек), европейские Ryanair (79,3 млн чел.), EasyJet (58,4 млн чел.) и Air Berlin (33,3 млн чел.), бразильская Gol Airlines (39,2 млн чел.). Southwest Airlines и Ryanair входят в десятку крупнейших компаний мира, EasyJet занимает третье место среди международных компаний (табл. 2).

Рынок лоукостинга является очень гибким и подвижным. Многие известные авиакомпании, такие как KLM, British Airways, Air India, закрыли собственные бюджетные авиапредприятия, осознав, что они наносят вред основному бизнесу. Ряд других не менее крупных компаний, таких как BMI, Lufthansa, Qantas, успешно работают параллельно с созданными лоукостерами (Bmibaby, Germanwings, Jetstar, соответственно). Крупнейший американский лоукостер Southwest Airlines заявляет об изменении своей бизнес-модели в направлении предоставления полного комплекса традиционных услуг.

Для обеспечения конкурентоспособности лоукостерам необходимо в долгосрочной перспективе поддерживать конкурентные преимущества, преодолевая определенные препятствия, которые находятся как во внутренней, так и во внешней среде фирмы. Сравнительный SWOT-анализ отрасли пассажирских авиаперевозок в целом и сегмента лоукостеров позволяет более четко определить источники сильных и слабых сторон низкобюджетных компаний. Так, в отличие от магистральных перевозок лоукостеры имеют возможность расширить деятельность за счет чартерных рейсов и создания новых источников доходов. В то же время для них характерен слабый контроль оперативной деятельности и координации подразделений, а также низкий уровень сервиса (в модели ultra LCC).

Таблица 2. Крупнейшие низкобюджетные авиакомпании мира в 2013 г. [10]

№	Авиакомпания	Страна	Кол-во пасс. (млн)	Пассажирооборот, млн пасс./км	Кол-во самолетов
1.	Southwest Airlines	США	134,1	167 753	700
2.	Ryanair	Ирландия	79,3	-	304
3.	EasyJet	Великобритания	58,4	65 227	188
4.	Gol	Бразилия	39,2	36 390	107
5.	Air Berlin	Германия	33,3	48 720	101
6.	Lion Airlines	Индонезия	32,0	-	89
7.	JetBlue Airways	США	29,0	54 003	183
8.	AirAsia	Малайзия	19,7	22 731	66
9.	Norwegian	Норвегия	17,7	20 353	73
10.	WestJet	Канада	17,4	29 385	103

Российский рынок низкобюджетных перевозок

Российский рынок авиаперевозок развивается значительно быстрее, чем мировой. Темпы роста пассажирооборота российских авиакомпаний в 2002–2012 гг. почти в три раза превысили темпы роста мирового рынка авиаперевозок и составили 14–15 % в год. Это обусловило постепенное восстановление доли воздушного транспорта России в мировом объеме авиаперевозок, которая по итогам 2012 г. составила около 3,5 % по пассажирообороту и 2,5 % по грузообороту. В 2012 г. пассажирооборот воздушного транспорта более чем на 70 % превысил аналогичный показатель железнодорожного транспорта, хотя в 2000 г. уступал ему более чем в два раза. В последние годы наиболее интенсивно развивается международный сегмент рынка авиационных перевозок [12].

Российский внутренний рынок можно оценить как высококонкурентный, поскольку 80 % маршрутов обслуживают три и более конкурирующих авиакомпании [4]. Лидерами рынка являются «Аэрофлот», «Сибирь» (S7), «Трансаэро», «ЮТэйр».

Эксперты отмечают, что основными факторами, сдерживающими рост рынка пассажирских авиаперевозок, являются недостаточность аэропортовой структуры, высокая цена на топливо, высокие аэропортовые сборы и сборы за аэронавигационное обслуживание. В начале текущего десятилетия численность аэродромов была в 1,5 раза меньше, чем в 2000 г. В то же время масштабная модернизация аэронавигационной системы, реконструкция аэродромной сети расширяют возможности роста авиаперевозок и значительно повышают качество аэропортового обслуживания.

Одним из существенных барьеров для снижения издержек выступают высокие цены на топливо, которые составляют до 30 % расходов авиакомпаний. Главным механизмом их снижения является продажа авиатоплива на бирже, которая не превышает пятую часть в общем объеме производимого в стране авиакеросина [4].

Монопольное положение операторов наземного обслуживания является причиной высоких сборов, и эта проблема сохраняется, несмотря на то что в 2010 г. ФАС приняла «Правила недискриминационного доступа к услугам субъектов естественных монополий в аэропортах», нацеленные на приход альтернативных операторов и создание конкуренции в сфере инженерно-авиационного обеспечения, технического обслуживания воздушных судов, клининга, обеспечения бортовым питанием, обработки багажа и др. Однако факты свидетельствуют о том, что пока данный документ не оказал какого-либо существенного воздействия на рынок аэропортовых услуг и проблема создания конкурентной среды остается нерешенной.

Доля российского рынка низкобюджетных перевозок пока невелика, и оценивается в 5 % от мирового. В России выполняют полеты 10 зарубежных бюджетных авиакомпаний: Air Berlin и Germanwings (Германия), EasyJet (Великобритания), Vueling Airlines (Испания), Air One (Италия), Norwegian (Норвегия), Niki (Австрия), Pegasus Airlines (Турция), Air Arabia и Flydubai (ОАЭ). Иностранные авиакомпании обслуживают бюджетные маршруты в крупные города – Москву, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Самару, Казань, Уфу, Новосибирск и Краснодар.

Барьеры для создания рынка

В последние годы расширение российского рынка низкобюджетных перевозок было связано с рядом нерешенных проблем как в правовой, так и в экономической сферах.

Уточним, что условиями для создания конкурентных преимуществ низкобюджетных перевозок являются: грамотно составленная маршрутная сеть; большая загруженность за счет отсутствия откидных сидений и мест бизнес-класса; отсутствие питания на борту; платные напитки; интернет-бронирование (отсутствие кассового обслуживания); использование самолетов одного класса; невозвратность билетов.

Барьерами на пути снижения издержек и расширения авиаперевозок в России до принятия изменений в российском законодательстве выступали высокие пошлины на ввоз зарубежной техники (20 %); дефицит высококвалифицированных пилотов (командиров экипажей); невозможность ввести правило невозвратности билетов; загруженность аэропортов.

Как показывает опыт первых российских лоукостеров «Авианова» и Sky Express, выполнявших перевозки в 2007–2011 гг., первая проблема, которую должна решить вновь создаваемая низкобюджетная компания – обеспечить динамичный рост пассажиропотока и высокую заполняемость мест в самолетах.

Вторая проблема – наличие высоких пошлин на импортную авиатехнику, отмены которых добивались российские перевозчики.

Использование высоких импортных пошлин обусловлено протекционистской политикой государства, направ-

ленной на поддержку национальных производителей. Такой метод поддержки традиционно используется всеми странами мира. Отмена пошлины может значительно осложнить реализацию ряда отечественных проектов, поэтому необходимо достигнуть определенного уровня локализации, прежде чем снижать или отменять пошлины.

Третья проблема – дефицит высококвалифицированных пилотов – была решена путем внесения изменений в статью 56 Воздушного кодекса, которая до апреля 2014 г. предоставляла возможность включения в состав летного экипажа иностранного гражданина только при условии, что иностранный гражданин не исполняет обязанностей командира воздушного судна РФ. Принятие Федерального закона от 20 апреля 2014 г. № 73-ФЗ предоставило право юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, выполняющим коммерческие воздушные перевозки, заключать с иностранным гражданином трудовой договор для замещения должности командира гражданского воздушного судна сроком на пять лет.

Изменение данной статьи как вынужденную меру можно считать допустимой. С точки зрения национальных приоритетов передача высококвалифицированных рабочих мест иностранным гражданам – это чистая упущенная выгода.

Одним из факторов, значительно увеличивающих расходы авиакомпаний, долгое время была невозможность заключения договоров продажи с условием невозвратности билетов. По данным Министерства транспорта, потери авиакомпаний от возврата билетов составляли около 30 млрд руб. в год. Изменение статей 107 и 108 Воздушного кодекса, введенные Федеральным законом № 79-ФЗ от 20 апреля 2014 г., предоставили компаниям право заключать такие договоры.

Как показывает мировой опыт локостинга, система возврата платежей или изменения рейса действительно должна быть более гибкой и не должна приносить большой ущерб авиаперевозчику. Так, например, венгерский лоукостер Wizzair, не возвращает клиентам стоимость оплаченного билета, за исключением случая смерти ближайшего родственника пассажира. В то же время компания Wizzair предлагает целый спектр платных дополнительных

услуг, что существенно увеличивает доходы компании и комфортность полета: сбор за отмену, сбор за багаж, трансфер автобусом в Амстердам, сбор за приоритетную посадку и др. [13].

Решение еще одной проблемы – недостаточность аэропортовой инфраструктуры – при более детальном рассмотрении сводится не к расширению площадей и увеличению взлетных полос, а к повышению эффективности бизнес-процессов всего аэропортового комплекса. В частности за счет увеличения количества международных вылетов из региональных аэропортов.

Также следует учесть, что конкуренцию лоукостерам будут составлять компании, выполняющие чартерные рейсы, региональные перевозчики, железнодорожные и автомобильные перевозчики. Для оценки потенциального спроса и конкуренции на определенных маршрутах может быть использован сценарный метод, предложенный в работе Бенедикт Мандел (Benedikt N. Mandel) [3]. Снижению конкуренции будет способствовать не только тщательный выбор маршрутов и набор дополнительных услуг, но и развитие новых форм соглашений с потенциальными конкурентами: создание совместных предприятий и заключение код-шеринговых соглашений.

Одним из самых главных препятствий для развития авиаперевозок в России является низкая мобильность населения: в три-четыре раза меньше, чем в Европе и США. Низкий спрос российских граждан на авиаперелеты обусловлен такими факторами, как неразвитость внутреннего туризма, традиционное предпочтение авиаперелетам железнодорожного и автомобильного транспорта на коротких расстояниях, низкий уровень развития малого и среднего бизнеса, отсутствие достаточных точек экономического роста в регионах.

Однако причину огромного разрыва между показателями мобильности в России и других странах нельзя объяснить исключительно состоянием национальной экономики. Достаточно обратиться к опыту США, где около 200 млн долл. в год выделяется авиаперевозчикам в качестве субсидирования социально значимых маршрутов, в том числе на недостаточно загруженные рейсы, когда необходимо обеспечить коммерческую привлекательность такого направления для перевозчиков.

От «Добролета» к «Победе»

Осознание и активное лоббирование интересов отрасли позволили решить ряд имеющихся проблем и приступить к реализации проектов по развитию национального рынка низкобюджетных перевозок в 2014 г.

Так, в июне 2014 г. ОАО «Аэрофлот» запустило первый проект по созданию дочерней компании лоукостера «Добролет», который по сути должен был создать полноценный рынок низкобюджетных перевозок в России на базе национальной компании, а затем выйти на международный рынок. Первый рейс «Добролета» по маршруту Москва – Симферополь был совершен 10 июня 2014 г.

Как планировали проектировщики, за пять лет пассажиропоток «Добролета» должен был возрасти с 1 до 10 млн человек, а маршрутная сеть к 2017 г. увеличиться до 26 пунктов. На второй-третий год был запланирован выход на зарубежные рынки (Киев, Ереван, Стамбул) (Известия, 11.10.2013 г.). Полеты должны были начаться в августе 2014 г. при минимальной цене билета 999 рублей.

Однако 30 июля 2014 г. Европейский союз объявил о введении дополнительных санкций против Российской Федерации в связи с ситуацией вокруг Украины, которые затронули и авиакомпанию «Добролет». Санкции предполагали запрет европейским компаниям предоставлять компании доступ к финансовым ресурсам и заморозку активов компании в ЕС. Ряд европейских контрагентов аннулировали действие договоров лизинга на самолеты, технического обслуживания и страхования воздушных судов, а также предоставления аэронавигационной информации. 3 августа 2014 г. компания официально прекратила продажу билетов.

Несмотря на возникшие трудности, компания «Аэрофлот» не отказалась от развития стратегии низкобюджетных перевозок, создав 16 сентября 2014 г. новую дочернюю компанию под брендом «Победа». 11 ноября авиакомпания открыла продажу билетов по шести направлениям. Планы развития включают уже более масштабные задачи: увеличить имеющийся парк из четырех самолетов Boeing 737-800 до 40 машин к 2018 г., а маршрутную сеть – до 45 внутрироссийских направлений.

Средняя стоимость билетов составляет 7–12 тыс. рублей. По сравнению с ценами конкурентов, например, компании

«Трансаэро», цена перелетов на одинаковых маршрутах на 40% ниже. По мнению проектировщиков, «Победа» должна составить конкуренцию не только авиакомпаниям, но и железнодорожным перевозкам по выбранным маршрутам.

В заключение отметим, что с развитием новых средств передвижения и коммуникации человечество переходит на новый этап развития, называемый эпохой «гибели расстояния». Современный потребитель становится не собирателем материальных богатств, а «собирателем ощущений» [14]. Глобальная мобильность становится новым фактором стратификации мирового пространства. Доступность транспортных средств формирует новый стиль жизни, разделяя общества на привилегированные, для которых в полной мере доступны социальные и культурные завоевания современной цивилизации, и отлученные от них. ■

Литература

1. Наумова Д. А. Снижение издержек в авиакомпаниях типа лоу-кост (low-cost) // Науч. вестн. МГТУ ГА. 2010. С. 47–51.
2. Плоская Н. И., Кренёва Г. В. Применение сценарного планирования для разработки стратегии развития низкотарифной авиакомпании в РФ

// Труды МАИ. Вып. № 52. URL: www.mai.ru/science/trudy/ (дата обращения 13.12.2013).

3. Mandel N. Benedikt. Measuring Competition in Air Transport. Hamburg, 1998. 26 p. URL: http://stage.mkm.de/content_files/publications/measuringcompetition.pdf (дата обращения 13.12.2013).
4. Конкуренция на рынке авиаперевозок. Заседание Правительства (2013 год, № 41). URL: <http://www.aex.ru/docs/8/2013/11/21/1927/> (дата обращения 03.03.2014).
5. 300 world 'super routes' attract 20% of all air travel, Amadeus reveals in new analysis of global trends. available at. URL: www.amadeus.com/web/amadeus/en_1A-corporate/Amadeus-Home/News-and-events/News/2013_04_17_300-world-super-routes-attract/1319560217161-Page-AMAD_DetailPpal?assetid=1319526516400&assettype=PressRelease_C (дата обращения 03.12.2013).
6. Международная ассоциация воздушного транспорта. URL: <http://www.iata.org/publications/pages/wat-passenger-carried.aspx> (дата обращения 03.12.2013).
7. Шофилд А. Проблемы с начинающимися лоукост-авиакомпаниями возникают не только в России // Деловой

портал. URL: <http://www.ato.ru/content/problemu-s-nachinayushchimi-loukost> (дата обращения 02.09.2013).

8. Low-Cost Carrier Global Seat Capacity. URL: <http://www.amadeus.com/blog/29/10/infographic-low-cost-carrier-global-seat-capacity> (дата обращения 03.12.2013).
9. Flying cheap. Apr 16th 2013. URL: <http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2013/04/daily-chart-10> (дата обращения 03.12.2013).
10. Информационный портал AirlinesInforms. URL: http://www.airlines-inform.ru/rankings/lowcost_2013.html (дата обращения 03.12.2013).
11. Низкобюджетная модель на мировой арене. URL: <http://airspot.ru/news/ekonomika-i-finansy/nizkobyudzhennaya-model-na-mirovoy-arene> (дата обращения 03.12.2013).
12. Состояние и прогноз обновления парка ВС в России Деловой портал URL: <http://www.ato.ru/content/sostoyanie-i-prognoz-obnovleniya-parka-vs-v-rossii> (дата обращения 03.12.2013).
13. Официальный сайт компании Wizzair. URL: <http://wizzair.com/ru-RU/Search> (дата обращения 03.03.2014)
14. Bauman Z. Globalization: The Human Consequences. NY: Columbia, Univ. Press, 1998. 188 p.

ФОТО: ИЛОНА КУЛЕВА

