

**А.Ю. Ключ**

## **РОЛЬ ЛОУКОСТ АВИАКОМПАНИЙ В РАЗВИТИИ ЛОГИСТИКИ ТУРИЗМА**

**Александр Юрьевич Ключ** – аспирант кафедры государственного и муниципального управления, Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, г. Гатчина; **e-mail:** alexklyus747@gmail.com.

*В статье анализируется деятельность и эффективность низкобюджетных авиакомпаний на мировом и российском рынках. Оценивается роль компаний в развитии сферы логистики туристической отрасли, уточняется понятийный аппарат. Представлены предложения и рекомендации для дальнейшего развития субъектов рекреации.*

**Ключевые слова:** низкобюджетные авиакомпании; туризм; логистика; экономика; коммерческая деятельность.

**A.Yu. Klyus**

## **ROLE OF LOW-COST AIRLINES IN TOURISM LOGISTICS DEVELOPMENT**

**Alexander Klyus** – post-graduate student, the Department of State and Municipal Administration, State Institute of Economics, Finance, Law and Technology, Gatchina; **e-mail:** alexklyus747@gmail.com.

*We analyze the activity and effectiveness of low-cost airlines in the global and Russian markets. The role of air companies in the development of the logistics sector of the tourism industry is assessed; the conceptual construct is specified. The definition of the concept of "low-cost airline" is given. We present our suggestions and guidelines for further development of recreational subjects.*

**Keywords:** low-budget airlines; tourism; logistics; economy; commercial activity.

В последнее время в отраслях транспорта и туризма все большее внимание уделяется логистике, которая призвана связать эти отрасли и оптимизировать взаимодействие между ними, а также улучшить управление материальными и информационными потоками, учитывая особенности обоих.

Определяя логистику туризма как научное направление, следует отметить, что это отрасль, акцентирующая внимание на аспектах планирования, контроля и управления операциями, осуществляемыми в процессе подготовки поездок и путешествий, доставки готового продукта к клиенту в соответствии с его интересами

и требованиями, а также механизмов передачи, хранения и обработки соответствующей информации.

Логистика туризма как сложная система имеет большое значение при организации каждой поездки граждан, поскольку в рамках этой многоуровневой структуры приходится согласовывать и координировать деятельность поставщиков, клиентов, турагентов транспортных и туристических услуг. Поэтому необходимо четко регулировать весь процесс, а также выстраивать оперативное управление и контроль многоступенчатой подготовки и реализации поездки в соответствии с запросами и пожеланиями клиента.

Одним из наиболее значительных факторов, влияющих на объемы и качество туристических перевозок и их логистику, особенно на конкурентных рынках, является активизация деятельности бюджетных авиакомпаний, которые усиливают соперничество не только в целом для авиакомпаний, но и для других видов транспорта.

Проведенные исследования показывают значительное увеличение влияния низкобюджетных авиакомпаний на прирост их доли в ближнемагистральных перевозках (с 33% до 38% к 2023 г.) [3] (рис. 1).

Большинство специалистов и экспертов считают, что работа низкобюджетных авиакомпаний берет свое начало в северной Америке, чему активно способствовал начавшийся в начале 1970-х гг. процесс дерегуляции и либерализации авиационного рынка страны. Увеличение числа малых, более ориентированных на потребности клиентов авиакомпаний, появившихся в результате конкуренции и снижения технических и финансовых ограничений, становилось конкурентным преимуществом в соперничестве с крупными сетевыми классическими авиакомпаниями, работающими по традиционной схеме (Full Service Carriers).

Следует отметить, что стратегии управления низкобюджетными авиакомпаниями сильно отличаются в отношении формирования затрат, что поставит под сомнение традиционный подход, в соответствии с которым аэропорты и авиаком-

пании ведут переговоры о заключении договоров о правах доступа и сборах. Поэтому многие американские авиакомпании ориентируются на второстепенные аэропорты, предлагающие низкобюджетные перелеты, поскольку все еще находятся в государственной собственности и не являются высокорентабельными.

Заметная активизация в сфере низкобюджетных перевозок в мире привела к массовому увеличению числа пассажиров за счет появления и расширения деятельности таких компаний, как: «Победа» в России, «Ryanair» в Брюсселе, «EasyJet» в Англии и «Wizzair» в Венгрии и др. В ряде случаев для стимулирования авиакомпаний этого сегмента предлагались субсидии на начальном этапе их появления. Например, на подобных условиях компания «Ryanair» согласилась работать из аэропорта Шарлеруа, открыв там шесть маршрутов и базу, что привело к росту трафика с 200 000 пассажиров в 2000 г. до 1,5 млн в 2010 г. и 4,2 млн в 2020 г. [1]. Тем не менее, данная логистическая модель имела определенные недостатки, выявленные в ходе расследования Европейской комиссии касательно льготного режима, который низкобюджетные авиакомпании получили в отношении сборов за обслуживание пассажиров и посадку (т.е. 50% от стандартной ставки). Было установлено, что некоторые направления государственной помощи аэропорту в целом согласуются с транспортной политикой ЕС по развитию второстепенных аэропортов и более эффективному исполь-

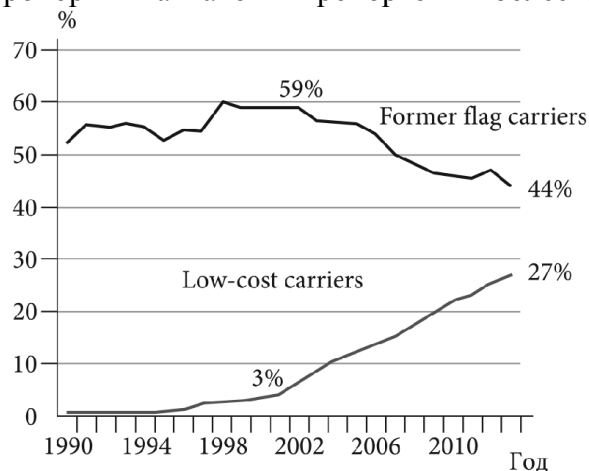


Рис. 1. Изменение долей низкобюджетных и обычных авиакомпаний в перевозках в мире

зованию их инфраструктуры. Кроме того, стимулы, выплаченные для помощи в покрытии начальных расходов, можно было считать обоснованными и допустимыми. Но при этом, снижение аэропортовых сборов и сборов за обслуживание было недопустимо на всех маршрутах. Такое использование государственной помощи привело к тому, что Европейская комиссия потребовала от компании «Ryanair» вернуть выделенные финансы правительству. Выявленные тенденции и проблемы показывают, что регуляторная (маркетинговая) среда является во многом определяющей темпы развития логистических процессов, но одновременно и весьма проблемной структурой, поскольку в ряде случаев субсидии могут становиться дискриминационными и даже понижающими уровень конкурентоспособности компаний. Практика же показывает, что имеющие место сбои в логистических процессах туристической отрасли не останавливают продолжающийся рост модели лоукостеров.

Следует отметить, что уровень авиаперевозок в Российской Федерации растет более активнее, чем в ряде стран. Темпы роста пассажирооборота российских авиакомпаний в 2012–2020 гг. почти в два раза превышали зарубежные и составили около 15% в год. Доля воздушного транспорта России в мировом объеме авиаперевозок по итогам 2021 г. составила около 6,5% по пассажирообороту и 5,5% – по грузообороту. В 2021 г. пассажирооборот воздушного транспорта более чем на 70% превысил аналогичный показатель желез-

нодорожного транспорта, хотя в 2000 г. уступал ему почти в два раза (рис. 2). Согласно данным статистики Росавиации (февраль 2022 г.) российские авиакомпании суммарно перевезли 204 775 тыс. пассажиров, что составляет 158% от уровня 2020 года, но на 7,3% меньше, чем в докризисном 2019 г. [4].

По данным аналитического исследования «Российский рынок пассажирских авиаперевозок в условиях COVID-19 и его перспективы развития» (выполнено компанией «ВТБ Инфраструктурный Холдинг» от 11.2021 г.), в ближайшие пять лет отечественную авиационную отрасль ждет значительный прирост внутреннего пассажиропотока (на 30–35% к уровню 2019 г.) [2]. Это может быть достигнуто, в первую очередь, за счет роста внутренних перелетов, субсидирования межрегиональных авиаперевозок в обход Москвы и развития уже существующих и создания новых лоукостеров.

Изучение проблемы позволяет утверждать, что основой бизнес-модели лоукостеров являются оптимизация структуры и эффективность использования флота (optimum structure & fleetutilization). Созданная на этой основе компания «Победа» достигает удельных показателей налета на одно воздушное судно *Boeing B737-800* выше, чем у иностранных коллег, таким образом демонстрируя совместимость передовых технологий низкобюджетной модели и отечественной авиатранспортной системы. Тем не менее, низкобюджетные перевозки требуют учета особых условий. Путешествия по низким ценам оказывают

Год	Период	Обслуживание пассажиров (отправлено+прибыло) (человек)		
		МВЛ	ВВЛ	Итого
2021	1	730 591	9 914 577	10 645 168
2021	2	756 011	8 891 472	9 647 483
2021	3	1 205 488	11 165 935	12 371 423
2021	4	1 346 025	12 274 328	13 620 353
2021	5	1 452 226	15 303 489	16 755 715
2021	6	2 095 954	18 969 970	21 065 924
2021	7	3 464 726	20 640 498	24 105 224
2021	8	4 023 019	21 286 329	25 309 348
2021	9	4 138 497	17 918 858	22 057 355
2021	10	4 490 677	14 728 157	19 218 834
2021	11	2 962 456	11 876 926	14 839 382
2021	12	2 770 581	12 367 880	15 138 461
ИТОГО:		29 436 251	175 338 419	204 774 670

Рис. 2. Объемы перевозок через а/п РФ за 2021 г.

влияние на качественные аспекты управление аэропортовой деятельностью. Например, пассажиры стали часто требовать увеличения количества парковок и хорошего доступа к общественному транспорту в зоне аэропортов. Бюджетным авиакомпаниям приходится более рационально размещать зоны регистраций, упрощать обработку багажа, отказываться от воздушных мостов, предпочитая использовать обычные трапы для своих самолетов для быстрой выгрузки пассажиров с целью снижения затрат. Все это сокращает время обслуживания и пассажиров, и воздушных судов, отсюда появляются возможности увеличения количества рейсов в сутки.

Особенности работы отечественных аэропортов заключаются в том, что они не всегда могут взимать те тарифы, которые ориентированы на привлечение лоукостеров. Действительно, некоторые низкобюджетные перевозчики рассматривают свободные мощности в аэропортах как возможность скорректировать затраты ниже предельных издержек аэропорта. При этом аэропортам приходится пересматривать свои коммерческие стратегии, соизмеряя дополнительные доходы от неавиационных перевозок с потерями от аэронавигационных сборов.

В развитии логистики туризма низкобюджетных услуг одним из важных ключевых моментов остается вопрос организации комфортной розничной торговли в аэропортах. Аэропорты во многих отношениях являются уникальной и специфической конкурентной средой для развития качественной розничной торговли и питания. Пассажиры, они же потенциальные покупатели, в аэропортах часто находятся в поисках подарков для семьи или друзей, с желанием поесть (перекусить) перед полетом. И здесь работают два фактора – ограниченность во времени и локация мест торговли. Это весьма критичные факторы в формировании уровня удовлетворенности пассажиров-покупателей. От их гармонизации выигрывают все.

В ходе изучения вопроса удалось установить, что менеджмент ряда авиакомпаний не доволен тем, что магазины, кафе,

бары занимают большие площади в терминалах аэропортов, в связи с чем остается меньше места для объектов авиакомпании, таких как стойки регистрации и т.д. При этом пассажиры поглощены своими покупками и часто не слышат объявлений об отправлении и прибывают к выходам на посадку с опозданием, задерживая рейсы. По нашему мнению, данный аспект проблемы весьма важен, но должным образом не изучается и имеет слабое научное обоснование. С этой целью нами была предпринята попытка проанализировать покупательское поведение пассажиров и их товарные предпочтения в аэропортах. Удалось установить, что пассажиры имеют различные мотивации для покупок, которые следует учитывать при организации торговли в аэропортах:

- функциональные мотивы, основанные на цене, удобстве и качестве покупок;
- социальные мотивы, включая взаимодействие с другими людьми, иногда для того, чтобы компенсировать неуверенность в себе;
- эмпирические мотивы, основанные на дружеской обстановке и атмосфере, созданной для покупателя;
- мотивы, связанные с путешествием, включая нахождение вне привычного места жительства, поведение, связанное с покупкой подарков и сувениров, а также желание потратить последнюю сумму иностранной валюты.

По типу пассажиров покупателей в аэропорту можно разделить на следующие группы: покупатели, связанные с настроением, апатичные и безразличные покупатели, и любители шопинга, и это следует учитывать в организации логистических цепочек.

Исследования показывают, что предположения менеджеров аэропортов о том, что рост числа путешествующих по низким ценам может привести к снижению розничных расходов, не оправдываются, поскольку поведение таких пассажиров не отличается от поведения пассажиров, путешествующих по полной стоимости. Увеличение времени регистрации и времени пребывания в терминалах привело в целом

к росту доходов от розничной торговли. Также весьма активно развиваются объекты, оказывающие услуги общепита (бары и рестораны), и услуги по аренде автомобилей. Поскольку большинство компаний взимают плату за еду и напитки, подаваемые на борту, многие пассажиры предпочитают питаться в аэропорту или даже покупать еду и напитки для употребления во время полета [5].

В связи с изменяющейся в последнее время обстановкой, пассажиров просят приезжать в аэропорты раньше регламентированного времени, чтобы обеспечить должный уровень их безопасности. Это приводит к значительному увеличению доходов от продажи разнообразных услуг и товаров, поскольку у пассажиров появляется дополнительное время. Следует отметить, что эта тенденция распространяется и в более крупных аэропортах в результате увеличения числа традиционных перевозчиков, взимающих плату за бортовое питание. Все это в совокупности стимулирует заметный росту организации самостоятельных путешествий, при которых пассажиры-туристы сами бронируют свои рейсы, наземный транспорт и жилье с помощью Интернета. При этом многие крупные отечественные аэропорты обеспокоены наращиванием интенсивности работы конкурентов, что диктует необходимость разрабатывать и контролировать многочисленные показатели эффективности для мониторинга рыночной ситуации.

Логистика туризма как процесс и механизм управления турпотоками находится в динамичном состоянии, которое меняется под влиянием большого числа факторов и участников (турагентов, поставщиков, заказчиков). В связи с этим данный реакционный сектор необходимо грамотно планировать и контролировать, особенно в части подготовки и реализации туристических поездок в соответствии с запросами и пожеланиями клиентов. К сожалению, ни локальных и, тем более, централизованной эффективных систем управления турпотоками пока не создано. Масштабы же проблемы требуют оперативного решения, поскольку разбалансированность логистической системы при стремительном увеличе-

нии потока туристов переводит ее в категорию низкоэффективных секторов экономики страны.

Логистика туризма в секторе низкозатратных путешествий, безусловно, должна прогрессировать, и одним из наиболее перспективных направлений здесь является расширение системы лоукостеров. Динамика развития отечественных низкобюджетных авиаперевозок – прямое тому доказательство. Данный тип передвижения начинает преобладать над перевозками в других сегментах и не только в туристической отрасли. Лоукостеры повсеместно инвестируют ресурсы в развитие новых аэропортовых терминалов, открывают новые маршруты для своей сети перелетов, что в итоге весьма положительно влияет на развитие логистической сетки и туризм в целом. Конструктивное решение данной проблемы в масштабах нашей страны требует системного и комплексного подхода. Локальные структуры должны согласовываться и координироваться в пределах всей территории, имея соответствующие механизмы и рычаги управления и контроля.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Анализ возможностей развития российского рынка лоукостеров. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vozmozhnostey-razvitiya-rossiyskogo-rynka-loukosterov/viewer> (дата обращения: 22.03.2023).
2. Ассоциация туроператоров: «Туризм и лоукостеры определяют будущее постковидных авиаперевозок». URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58667.html> (дата обращения: 22.03.2023).
3. Горбунов В. Анализ перспектив развития низкобюджетных авиакомпаний в современных условиях российской авиатранспортной системы. URL: <https://www.aex.ru/docs/2/2018/9/17/2804/> (дата обращения: 22.03.2023).
4. Федеральное Агентство воздушного транспорта (ФАВТ): офиц. сайт. URL: <https://favt.gov.ru> (дата обращения: 22.03.2023).
5. Page J. Transport and tourism. Global perspectives. Third Edition. Stephen J. Page, 2010.