Достоверные факты: Правдивые истории

РОСАВИАЦИЯ

Copenhagen Economics

Конкуренция между аэропортами в Европе

VEGAS LEX

INFRAONE первая инфраструктурная компания

ACI EUROPE AIRPORTS COUNCIL INTERNATIONAL

Copenhagen Economics
Июнь 2012

Авторы:
Партнер Мартин Хвидт-Телле (Martin Hvidt Thelle)
Менеджер-экономист Торбен Торо Педерсен (Torben Thorø Pedersen)
Экономист Фредерик Хархофф (Frederik Harhoff)

Перевод и тиражирование материала на территории России
произведены по инициативе и поддержке Росавиации.

Правовую и организационную поддержку, перевод и тиражирование материала
осуществила юридическая фирма VEGAS LEX при сотрудничестве
с Первой инфраструктурной компанией InfraONE.

ACI EUROPE (Европейская Ассоциация Аэропортов) не несет никакой ответственности
за русский вариант текста. В тех случаях, когда возникает конфликт между английским
и русским вариантами перевода, у английского варианта приоритет.

Подписано в печать 20.04.2015. Формат А4. Тираж: 400 экз.

Вступление

ACI EUROPE (Европейская Ассоциация Аэропортов) поручила Copenhagen Economics провести основанное на фактических данных исследование нижеперечисленных факторов:

- характера конкуренции между европейскими аэропортами и конкурентных ограничений, с разделением аэропортов по основным категориям там, где это уместно, но одновременным учетом взаимодействия между ними;
- развития такой конкуренции и ограничений с течением времени;
- влияния конкуренции и ограничений на аэропорты и модели их бизнеса, а также на их клиентов - как авиакомпании, так и пассажиров;
- степени, в которой аэропорты, ввиду указанного развития, могут приобретать характеристики монополии с сопутствующим господством на рынке;
- последствий развития конкуренции для экономического регулирования работы аэропортов.

Исследование подготовлено Copenhagen Economics. В команду исследователей также входили д-р Жан Велдхёйс (Jan Veldhuis) и д-р Гийом Бургхоут (Guillaume Burghouwt) из Института экономических исследований SEO (Амстердам, Нидерланды) и д-р Майк Третевей (Mike Tretheway) из компании InterVistas Consulting (Ванкувер, Канада).

Команда исследователей благодарит за комментарии и предложения независимого эксперта проф. Дэвида Старки (David Starkie), а также д-ра Гарри Буша (Harry Bush), выполнявшего функцию управляющего директора проекта.

Оговорка об ограничении ответственности
Настоящий независимый отчет подготовлен компанией Copenhagen Economics (CE) по заказу ACI EUROPE (Клиент). Мнения, выраженные в настоящем отчете, не обязательно являются мнениями клиента или членов его организации. Информация, заявления, статистика и комментарии (далее совокупно именуемые «Информация»), содержащиеся в настоящем отчете, получены Copenhagen Economics из общедоступных источников, специализированных моделей и баз данных, а также из обсуждений с заинтересованными лицами. Copenhagen Economics не выражает собственного мнения по поводу точности или полноты предоставленной информации, а также предположений или выводов, сделанных сторонами, предоставившими данную информацию.

Предисловие



Д-р Гарри Буш,
бывший директор Группы экономического регулирования Управления Гражданской авиации Великобритании

Когда десять лет назад я пришел в авиационный сектор в качестве эксперта по регулированию экономики в Управлении Гражданской авиации Великобритании, либерализация авиационного рынка ЕС уже была в полном разгаре, и ее влияние на рынок становилось очевидным. Появлялись вопросы о том, в какой мере аэропорты с их в высокой степени фиксированными расходами и коммерческими стимулами для расширения объема перевозок могут считаться классическими монополиями и потому требовать более жесткого экономического регулирования. Также стало явным признание расходов и сложностей экономического регулирования, что отразилось, к примеру, в работе авиации Австралии, в виде контроля цен и небольших мер по мониторингу. Но концепция аэропортов, конкурирующих друг с другом на стадии появления, возникла уже на этапе регулирования и обсуждения политики и была преимущественно ограничена проблемой перекрывания зон обслуживания.

Развитие более гибкой модели авиаперевозок в Европе — главным образом, между пунктами маршрута (но не только) — для перемещения требуемой провозной емкости из аэропорта в аэропорт, лучшая информированность пассажиров благодаря Интернету, а также появление коммерчески ориентированных аэропортов, работающих либо в частном, либо в государственном секторе, — все это существенно изменило рынок аэропортов.

Указанные изменения уже должным образом отражены в представлениях экспертов по регулированию и лиц, ответственных за политику работы. Ввиду чрезвычайной осмотрительности и часто противоположных коммерческих интересов они склонны привязывать свою позицию к рыночным моделям, которые предвосхищают либерализацию авиакомпаний в Европе. Иногда у них также не хватает фактических данных, особенно на европейском уровне. Именно в этой области исследование Copenhagen Econotmics может внести свою немалую лепту в обсуждение политики. В нем собрано довольно много фактического материала из множества источников и концепций, позволяющего говорить о том, что старые предположения требуют пересмотра. Аэропорты могут и должны конкурировать между собой. Но это не означает, что ни один аэропорт не имеет преимущества на рынке и регулирования больше не требуется. Организации и лица, желающие осуществлять регулирование, должны представить соответствующие обоснования. Большинство аэропортов не нуждается в экономическом регулировании. В сфере их работы регулирование должно всецело учитывать уже существующие конкурентные ограничения и потенциальную конкуренцию, которая может появиться позже. Иначе риски регулирования будут мешать развитию самих конкурирующих сил, которое, вероятнее всего, пойдет на пользу пассажирам и авиакомпаниям в долгосрочной перспективе.

Наконец, стоит задуматься о том, что, несмотря на нахождение Европы под значительным давлением, создание единого рынка авиации стало одним из ее величайших достижений. Как оказалось, это не только создало конкурентный рынок авиакомпаний, но также способствовало развитию более конкурентного рынка аэропортов. И если сейчас Европа будет способствовать преобразованию и контролю над регулированием, которого требует указанное развитие, они станут следующим значительным вкладом в него.



Предисловие руководителя
Федерального агентства
воздушного транспорта
А.В. Нерадько.

Наличие развитой конкуренции является неотъемлемой предпосылкой для формирования рынка качественных услуг в любой отрасли экономики. В гражданской авиации наряду с высоким уровнем безопасности полетов качество предоставляемых услуг является одним из важнейших факторов конкуренции.

Конкуренция в авиации традиционно рассматривается в двух аспектах –между перевозчиками и между аэропортами. При этом в отечественной гражданской авиации вопросы конкуренции между аэропортами в последнее время становятся все более актуальными.

В Российской Федерации наиболее ярко конкурентная среда по основным услугам и видам деятельности выражена в Московском авиационном узле. Внуково, Домодедово и Шереметьево имеют идентичную зону охвата местного трафика. Различия между аэропортами по структуре и направлениям авиаперевозок не позволяют выделить какой-то из них с точки зрения специализации. Все это придает аэропортам импульс к постоянному поиску новых решений и повышению качества предоставляемого комплекса услуг для пассажиров и авиаперевозчиков.

Конечно, конкуренция не ограничена столичным авиаузлом. Борьба за пассажира существует между аэропортами Дальнего Востока, Южного и Центрального Урала, Поволжья, южных регионов России. В каждой паре конкурирующих аэропортов присутствуют свои особенности, но все они работают в условиях высокого конкурентного давления. Это стало особенно заметным, когда узловыми региональными аэропортами стали управлять специализированные операторы.

Даже принимая во внимание снижение темпов развития авиаперевозок в нашей стране, в среднесрочной перспективе конкуренция между ключевыми аэропортами России обострится. Поэтому представляется крайне полезным рассмотреть опыт европейского рынка авиаперевозок, который раскрывает динамику и перспективы развития аэропортов в разрезе конкуренции между аэропортами.

Исследование ACI Europe, которое Вы держите в руках, фундаментально и комплексно раскрывает все ключевые предпосылки, условия и драйверы конкуренции между аэропортами Европы за последние десятилетия.

Уверен, что исследование вызовет интерес ключевых представителей авиационной отрасли — федеральных органов исполнительной власти, аэропортов, авиакомпаний, инвесторов, профильных операторов.

Хочу выразить благодарность ACI Europe за согласие на издание исследования в России, а также компаниям VEGAS LEX и InfraONE за организацию его перевода и публикации.



Предисловие от А.С. Еганяна



Председатель совета партнеров VEGAS LEX, председатель совета директоров InfraOne Альберт Еганян

Российские аэропорты за последние 10-15 лет прошли фазу наиболее стремительного роста и развития, которая во многом была связана с эффектом низкой базы. Можно сказать, что для большинства крупных международных хабов и региональных аэропортов нашей страны рынок авиаперевозок перешел в качественно иную стадию, которая характеризуется возрастающей нагрузкой на инфраструктуру, растущими требованиями авиакомпаний и пассажиров к уровню обслуживания и ужесточением борьбы за потребителей — будь то перевозчики или пассажиры.

Европейский опыт наглядно демонстрирует, что все эти факторы заставляют аэропорты искать новые, более сложные и «умные» пути практически во всех сферах своей деятельности — от операционной деятельности до стратегического развития.

Важнейший вопрос, который придется решать российским аэропортам на этом этапе своего развития, связан с «ножницами» инвестиционных возможностей и потребностей. В условиях конкурентной борьбы аэропорты вынуждены, в том числе наращивать свои инвестиционные мощности для обеспечения конкурентного преимущества. С другой стороны, инвестиционные возможности аэропортов в ближайшей перспективе если и будут расти, то совершенно иными темпами, чем в последние годы. Поэтому вопрос эффективного привлечения частных инвестиций в аэропорты становится более острым.

В такой ситуации одним из основных факторов развития аэропортов будет являться государство и его инвестиционные возможности. Очевидно, что механизмы государственных инвестиций в дальнейшем будут сфокусированы на большой группе аэропортов, которые не могут обеспечивать какую-то операционную рентабельность без прямой поддержки государства. Вместе с тем конкуренция между 20-30 крупнейшими региональными аэропортами (без учета аэропортов Москвы и Санкт-Петербурга) усилится в частности конкуренция за объем и условия государственных инвестиций. А при ограниченности этого ресурса все более важную роль будет играть возможность и способность аэропортов привлекать внебюджетное финансирование.

Важно учитывать — и это также показывает опыт европейских аэропортов, что государственные регуляторы при переходе аэропортов страны в более высокую стадию развития также начинают формировать новые подходы к инвестиционному регулированию отрасли, в том числе в отношении внебюджетных инвестиций. Иными словами, государство понимает необходимость поиска более сложных и «умных» моделей регулирования. В первую очередь, во главу угла ставится все та же эффективность инвестиций. Причем инвестиции необходимо рассматривать намного более широко, чем прямые инвестиции в строительство или реконструкцию аэродромов. Те же субсидии региональных перевозок или государственное регулирование арендных и тарифных отношений являются крайне важными аспектами инвестиционного развития аэропортов.

Безусловно, в этой фазе инвестиционного развития успех будет сопутствовать тем аэропортам, которые смогут быстрее всего выработать нужные модели взаимодействия с государством и наиболее эффективно использовать ресурс внебюджетных инвестиций. Но на мой взгляд, большинство игроков отрасли к такой смене парадигмы готовы — по крайней мере, опыт, ресурсы и экспертиза для следующего шага уже накоплены.

Исследование ACI Europe о конкуренции аэропортов затрагивает развитие европейских авиаперевозок в недалеком прошлом, но я уверен, что оно позволяет нам обрисовать общие контуры отрасли в нашей стране в ближайшем будущем.

Хочу выразить искреннюю признательность Федеральному агентству воздушного транспорта и лично Александру Васильевичу Нерадько за возможность организации и публикации этого исследования в России.

Содержание

Пояснительная записка **10**

1 Введение **15**

1.1 Доказательный подход 16

1.2 Аналитический подход 17

2 Стремительно меняющийся мир **18**

2.1 Крупные события, обусловившие изменения рынка 19

2.2 Позиция аэропорта на рынке 23

2.3 Конкурентные ограничения и возможности конкуренции между аэропортами 24

2.4 Основные факторы влияния на работу аэропортов 28

3 Более независимые авиакомпании **29**

3.1 Способность к изменению 30

3.2 Склонность к изменению 33

3.3 Фактическое изменение 37

3.4 Покупательная способность авиакомпаний 55

4 Больше выбора для пассажиров **58**

4.1 Способность к изменению 59

4.2 Сочетание удобства маршрута и качества 64

4.3 Склонность к изменению 70

4.4 Фактическое изменение 74

5 Реакция аэропортов **86**

5.1 Улучшение авиамаршрутов 87

5.2 Конкуренция в сфере обслуживания и цен 96

5.3 Расширение существующих услуг и введение новых 103

6 Влияние изменений на конкурентные ограничения 107

6.1 Краткий обзор основных разработок и их последствий 108

6.2 Суммарный эффект большого числа изменений 110

6.3 Оценка уровня конкуренции аэропортов в 2011 г. 112

6.4 Оценка развития конкуренции аэропортов в 2002-2011 гг. 115

7 Последствия для регулирования работы аэропортов 117

7.1 Необходимость проверки системы регулирования работы аэропорта на соответствие

7.2 Уменьшение необходимости экономического регулирования аэропортов 118

7.3 Отказ от регулирования при большой вероятности эффективной конкуренции 119

7.4 Пересмотр политики регулирования при нахождении конкуренции в стадии развития 120

7.5 Заключение 122

8 Литература 123

9 Глоссарий 127

Пояснительная записка

Настоящий отчет показывает, что гибкость выбора и его возможности, доступные авиакомпаниям и пассажирам в настоящее время, ограничивают коммерческое поведение аэропортов. Аэропорты сейчас вынуждены конкурировать друг с другом, чтобы удержать и привлечь клиентов, в которых они нуждаются. Это очевидное развитие конкуренции между аэропортами в Европе порождает вопрос о степени, в которой им требуется особое экономическое регулирование. Мы рекомендуем лицам, ответственным за разработку отраслевой политики, пересмотреть необходимость такого экономического регулирования. В большинстве случаев аэропорты, как и другие объекты бизнеса, должны подчиняться только законодательству о защите конкуренции. Там, где меры по экономическому развитию все же необходимы, они должны быть оправданы в каждом конкретном случае и спланированы таким образом, чтобы максимально учитывать развитие конкурентного давления.

Аэропорты раньше считались чем-то вроде естественных монополий. Еще 20 лет назад европейские аэропорты работали в среде, в которой деятельность национальных и государственных авиакомпаний, за редким исключением, строго регламентировалась, с ограничением свободы конкуренции за рубежом. С либерализацией и расширением европейского авиационного рынка, история которого признана несомненно успешной в рамках единого европейского рынка, многое изменилось.

Жесткая конкуренция авиакомпаний за пассажиров имеет последствия и для аэропортов. Аэропорты теперь должны конкурировать друг с другом как за пассажиров, так и за авиакомпании, которые имеют значительно больший выбор, чем в прошлом. Аэропорты вынуждены переносить акцент своей деятельности на коммерческие рейсы. В результате появляется более конкурентный и динамичный рынок аэропортов. Однако аэропорты зачастую продолжают считаться владельцами монопольной инфраструктуры, тогда как коммерческая реальность, несомненно, во многом отличается.

Европейским разработчикам политики и экспертам по регулированию еще предстоит по достоинству оценить масштаб произошедших изменений. Это частично продиктовано желанием идти в ногу с быстро развивающимся рынком, а также отсутствием единых исчерпывающих данных на европейском уровне, предоставление которых и является целью настоящего отчета. Он описывает некоторые ключевые экономические факторы конкурентного бизнеса аэропортов, но в то же время стремится количественно измерить разнообразие различных перспектив поведения пассажиров и авиакомпаний, которые уже очевидны на рынке, а также реагирование на них аэропортов.

Стремительно меняющийся мир

Глава 2 показывает, насколько расширился диапазон изменений авиационного рынка за последние 20 лет, в том числе ввиду его дерегламентации; описывает более затратно-ориентированные модели авиационного бизнеса, технологические разработки, увеличившие операционную гибкость авиакомпаний, информацию и выбор, доступные для пассажиров, а также более коммерчески-ориентированные аэропорты, частные или государственные.

Полученное в результате конкурентное давление на аэропорты должно рассматриваться в контексте экономической природы этого бизнеса. Расходы аэропорта в основном фиксированы, частично в результате инвестиций в инфраструктуру, но также вследствие связанных операционных расходов, включая расходы на защитные меры и безопасность, которые мало отличаются при разном уровне пассажиропотока. Это дает аэропортам естественный стимул привлекать клиентов для покрытия этих расходов, обусловленный растущей важностью коммерческих доходов, например, от розничной продажи в аэропорту или парковки (которые в настоящее время настолько же важны в целом, как и доходы от авиационной деятельности). Аэропорт — это по-настоящему двусторонний бизнес, коммерческие отношения в котором строятся как с авиакомпаниями, так и с пассажирами.

Рентабельность аэропорта, таким образом, в значительной степени зависит от объема перевозок, поскольку доходы увеличиваются пропорционально количеству пассажиров, тогда как расходы увеличиваются медленнее из-за в высокой степени фиксированных расходов. Поэтому аэропорты вынуждены реагировать на возросшую возможность выбора пассажиров и авиакомпаний через конкуренцию в удержании и привлечении клиентов.

В то время как географическое положение аэропортов может представлять определенные преимущества для потребителей, живущих поблизости, большинство аэропортов не могут достичь желаемого количества пассажиров, привлекая только тех, кто находится поблизости от него. Поэтому конкуренция развернется среди увеличивающегося количества тех пассажиров, которые могут выбирать между аэропортами, а также среди авиакомпаний, поскольку сейчас они имеют возможность осуществлять полеты между любыми двумя пунктами на территории Европы. В результате политика аэропорта ограничена присутствием конкурирующих аэропортов и желанием достаточного количества пассажиров и авиакомпаний получить услуги где-либо еще, если их не удовлетворяет цена или качество. Хотя такая чувствительность потребителей к изменению цены или качества, а также любая соответствующая оценка позиции на рынке будут отличаться в разных аэропортах, существуют неопровержимые доказательства того, что конкурентное давление на аэропорты в целом возрастает, оказывая сдерживающий эффект на их коммерческое поведение.

Таким образом, в ходе настоящего исследования проверено, насколько сильно влияние конкурентных ограничений на аэропорты, а также изучены тенденции таких ограничений с применением эмпирических данных и моделей европейского авиационного рынка. Мы видим 3 главных изменения, способствующих конкурентным ограничениям в аэропортах: более независимые авиационные компании, увеличившийся выбор для пассажиров и более активное реагирование других аэропортов.

Более независимые авиакомпании

Глава 3 показывает, что авиакомпании используют свободу, которой они обладают, для осуществления сообщения между европейскими аэропортами. Они стали более независимыми, имея возможность и желание переключаться на сотрудничество с другими аэропортами, если текущие условия для них не подходят. Анализ всей расчетной пропускной способности авиакомпаний в Европе между 2002 и 2011 гг. показывает высокую степень изменений в объектах сотрудничества авиакомпаний:

- Открытие и отмена большого числа маршрутов: в 2011 г. было открыто около 2500 новых маршрутов, при этом 2000 было закрыто (в обоих случаях примерно на 500 больше, чем в 2002 г.)
- Высокая степень изменения: открывающиеся маршруты составляют примерно 20% от общего количества, при этом 15% существующих маршрутов закрываются каждый год.
- Закрытие маршрутов означает долговременную потерю объема перевозок: при закрытии маршрута замещение трафика обычно происходит не так быстро, особенно в случаях, когда аэропорт зависит от одного перевозчика, обслуживающего маршрут. Даже если маршрут обслуживают несколько перевозчиков, уход одного обычно ведет к продолжительной потере объема перевозок в течение многих лет. В результате страдает рентабельность аэропорта.
- Аэродромы и аэроузлы: авиакомпании не только открывают и закрывают отдельные маршруты. Они также открывают и закрывают аэродромы или меняют их размер в отдельных аэропортах.

  Такие изменения в отношении аэродромов в аэропортах оказывают даже большее влияние на аэропорты, чем постепенные и постоянные изменения маршрутов.

  Поэтому, при закрытии в среднем нескольких авиаузлов и аэродромов в течение года, аэропорты должны быть готовы к конкуренции не только для защиты деятельности существующих аэродромов и авиаузлов, но также и для получения дополнительных базовых перевозчиков.

Эти данные показывают возросшую гибкость сегодняшних моделей авиабизнеса. Она особенно очевидна перевозчикам, осуществляющим сообщение между 2 пунктами, но растущая тенденция объединения перевозчиков узловых аэропортов дает им большую возможность выбора, чем в прошлом, относительно места размещения своих провозных мощностей. Эти данные также согласуются с публично декларируемой политикой многих авиакомпаний. Вполне понятно, что они ищут возможности для оптимизации рентабельности своих сетей и готовы использовать для этого свой авиапарк. Эта доказанная готовность к переориентации означает, что ее угроза вполне вероятна, что обеспечивает таким авиакомпаниям преимущественную позицию в отношениях с аэропортами, которая особенно проявляется при высокой доле перевозок авиакомпании в общем трафике аэропорта. В 8 из 10 случаев в 250 самых популярных аэропортах Европы самый крупный базовый перевозчик обеспечивает более чем 40% обслуживаемого трафика.

Больше выбора для пассажиров

Глава 4 показывает, что пассажиры имеют больше возможностей выбора, чем в прошлом. Благодаря быстрому развитию новых маршрутов подавляющее большинство сегодняшних пассажиров может выбирать между 2 или более аэропортами. Мы провели разнообразные анализы, показывающие текущую доступную пассажирам степень выбора, а также ее рост за последние годы. Выбор формируется следующими факторами:

- Большая степень географического перекрывания: почти две трети (63%) граждан Европы проживают на расстоянии 2 часов езды не менее чем от 2 аэропортов. Это дает аэропортам значительный простор для конкуренции за пассажиров.

- Больше выбора для местных пассажиров прямых рейсов: увеличение количества маршрутов означает, что все большее количество пассажиров может найти сопоставимые услуги в ближайшем аэропорту: в среднем, около половины местных пассажиров, летающих из европейских аэропортов по внутриевропейским маршрутам, имеют на выбор более одного обоснованно привлекательного альтернативного аэропорта, предоставляющего выбранный ими маршрут, и этот выбор значительно вырос с 2002 г. Выбор для вылетающих пассажиров вырос во всех 10 крупнейших аэропортах Европы.

- Больше выбора для пассажиров транзитных рейсов: в период между 2002 и 2011 гг. доля транзитных пассажиров с реальной альтернативой пересадки увеличилась с 57% до 63%. Кроме того, с 2002 г. выросла доля транзитных пассажиров, которые могут выбрать как минимум 1 прямую альтернативу перелета.

- Большая чувствительность к ценам и лучшая информированность пассажиров: пассажиры не только стали обращать больше внимания на цены, в основном благодаря Интернету; в наибольшей степени вырос самый чувствительный к ценам сегмент пассажиров, а именно туристический. Это означает, что в целом рынок стал больше реагировать на цены, чем несколько лет назад.

- Изменение преобладающих пунктов назначения: большая доля туристических поездок увеличивает изменение пунктов назначения, поскольку отдыхающие и авиакомпании готовы переключаться с одного направления на другое. В результате курортные аэропорты, например, Испании, конкурируют с аэропортами Греции или Италии. Альтернативные варианты туров выходного дня также конкурируют друг с другом.

Сочетание указанных факторов предполагает, что пассажиры имеют значительную и увеличивающуюся возможность выбора аэропортов отправления, и что их склонность использовать этот выбор, который им известен благодаря Интернету, представляет собой конкурентное ограничение для европейских аэропортов, которые все больше вынуждены увеличивать свою привлекательность для пассажиров.

Реакция аэропортов
Глава 5 показывает, как аэропорты отвечают на описанные изменения. Европейские аэропорты в настоящее время стали более коммерчески-ориентированными. Их форма собственности и управление претерпели трансформацию в течение нескольких последних десятилетий. В целом 80% европейских аэропортов стали корпорациями. Большинство аэропортов, находящихся в государственной собственности, сейчас являются коммерческими предприятиями под государственным контролем, при этом частная собственность стала отличительной чертой крупнейших аэропортов: почти половина европейских пассажирских перелетов в настоящее время осуществляется из аэропортов с частной формой собственности. Поэтому неудивительно, что аэропорты сейчас в большей степени нацелены на маркетинг и развитие маршрутов: 96% всех европейских аэропортов, больших и малых, активно предлагают себя авиакомпаниям. Это говорит о возросших затратах на маркетинг. Аэропорты также стараются, через программы стимулирования и целевые инвестиции, дифференцировать свои услуги таким образом, чтобы обслуживать различные типы авиакомпаний. Кроме того, на рынок вышли новые аэропорты. В 2008 г. аэропортов, обслуживающих коммерческие реактивные воздушные суда в Европе, стало на 81 больше, чем в 1996 г. В других аэропортах значительно выросла пропускная способность. Эти данные свидетельствуют о том, что аэропорты одновременно подстегивают конкуренцию и отвечают на ее вызовы на рынке, где у потребителей есть возможность выбора.

Оспаривание старых предположений о рыночном преимуществе
Глава 6 обобщает приведенные доказательства и производит оценку общей степени и направления позиций аэропорта на рынке. Для оценки влияния обнаруженных конкурентных ограничений применяются 5 показателей. Оценка данных 250 крупнейших европейских аэропортов за 2011 г. согласно этим показателям говорит о том, что большинство аэропортов всех размерных категорий подвержены влиянию, по меньшей мере, одного из указанных ограничений, а во многих случаях — нескольким конкурентным ограничениям с совокупным влиянием на позицию на рынке. Мы обнаружили, что эти ограничения увеличиваются, вследствие чего позиции на рынке в целом ослабевают. Это применимо ко всем категориям аэропортов, в том числе ко многим крупнейшим аэропортам, находящимся в значительной конкуренции за транзитных пассажиров и в противостоянии с преимущественной позицией авиакомпаний при выборе авиаузла базирования перевозчиками, имеющими несколько аэропортов базирования. Среди более мелких аэропортов ограничения больше обусловлены выбором пассажирами пункта отправления и преимущественной позицией авиакомпании, а также, в некоторых случаях, выбором между пунктами назначения. Аэропорты всех размеров и категорий, таким образом, подвержены множеству конкурентных ограничений, увеличивающихся со временем; совокупное влияние этих конкурентных ограничений чаще всего значительно. Хотя это и не может быть признано определяющим взглядом на позицию европейских аэропортов на рынке, упомянутых данных достаточно для оспаривания старого предположения о преобладающих позициях аэропортов на рынке. Скорее, точка отсчета, как и везде в экономике, должна быть следующей: преимущество на рынке необходимо доказывать, а не предполагать.

От допущения до объективной оценки преимущества на рынке
Глава 7 оценивает последствия выросшей конкуренции между аэропортами для регулирования и политики их деятельности, а также необходимость для лиц, ответственных за отраслевую политику, и регуляторов учитывать при формировании своей позиции постоянное развитие рынка.

Вопреки доказательствам, которые мы собрали, некоторые размышления о регулировании аэропорта выглядят более подходящими для 1980-х или начала 1990-х гг., до либерализации рынков авиакомпаний. В это время модели авиационного бизнеса стали такими же гибкими, как сейчас, а пассажиры обладали информацией и выбором на сегодняшнем уровне. Сейчас мы наблюдаем гораздо большую конкуренцию между аэропортами, и это говорит о том, что подход к регулированию деятельности аэропортов требует пересмотра. Мы рекомендуем:

i) **Избегать экономического регулирования деятельности аэропортов** в областях, где конкуренция уже является эффективной. Сохранение регулирования в этих обстоятельствах способно негативно повлиять на поведение участников рынка и стать причиной ущерба для потребителей;

ii) **Пересмотреть экономическое регулирование деятельности аэропортов** в областях, где конкуренция уже достаточно развита, для большего учета уже существующих конкурентных ограничений и потенциала для дальнейшего развития конкуренции в соответствии с текущими тенденциями. Это является веским доводом для регуляторов, указывающим, что им стоит отойти в сторону и позволить сторонам коммерческой сделки обсудить желаемые результаты, при условии лишь ограниченного вовлечения нормативного регулирования. Пример Австралии показывает, что такая схема может работать успешно даже в более монополистических условиях, нежели те, что в настоящее время преобладают в Европе.

Глоссарий терминов, использованных в отчете, представлен в конце отчета.

Техническое приложение можно найти на сайте ACI EUROPE.

Глава 1
Введение

За последние 20 лет либерализация на авиационном рынке Европы стала одним из факторов, оказавших наибольшее влияние на изменения коммерческой среды, в которой работают европейские аэропорты. Появление авиаузлов за пределами Европы и использование Интернета способствовало изменениям рыночной среды для европейских аэропортов. Свобода и оперативность, которую сейчас имеют авиакомпании, наравне с информированностью и расширенным выбором для пассажиров, означают, что аэропорты все больше подвергаются конкуренции со стороны других аэропортов, в частности, когда речь идет об удержании существующего и привлечении нового объема перевозок.

Цель отчета
Европейским экспертам по регулированию еще предстоит по достоинству оценить масштаб произошедших изменений. Это частично продиктовано желанием идти в ногу с быстро развивающимся рынком, а также отсутствием единых исчерпывающих данных на европейском уровне, предоставление которых и является целью настоящего отчета. Настоящий отчет объединяет в себе многочисленные данные по конкурентным ограничениям на рынке европейских аэропортов и оценивает общее развитие этих ограничений с течением времени. Он может стать информационной опорой в обсуждении того, в какой степени необходимо регулирование, если вообще необходимо. Но он также должен служить соответствующей базой оценки конкуренции между отдельными аэропортами, хотя не может заменить индивидуальной оценки позиции аэропорта на рынке в соответствующих случаях.

Оценка конкуренции между аэропортами
Аэропорты с их первоначальными в высокой степени фиксированными расходами и зависимыми от объема перевозок доходами имеют естественные стимулы для привлечения клиентов и конкурируют в борьбе за авиакомпании и пассажиров из других аэропортов. Тем не менее нам также нужно оценить, в какой степени клиенты аэропортов реагируют на нерациональные предложения цен и услуг путем переноса своей деловой активности в другое место. Если клиенты аэропортов могут отказываться от услуг аэропортов, плохо выполняющих свои функции, что в достаточной мере наносит ущерб бизнесу таких аэропортов, то конкуренция будет оказывать на их поведение сдерживающий эффект. Следовательно, мы проверили, насколько сильно влияние конкурентных ограничений на аэропорты, а также тенденции таких ограничений, используя эмпирические данные и модели для европейского авиационного рынка.

Эмпирический анализ
С вышеуказанными целями мы провели ряд эмпирических анализов и собрали необходимые факты, отражающие общие тенденции и применимые ко многим аэропортам одновременно (в данном анализе мы не старались точно определить позицию на рынке отдельных аэропортов). Нами изучены как изменения, происходящие со временем, так и совокупное влияние конкурентных ограничений в настоящее время. Далее мы задались вопросом, действительно ли конкуренция приобрела настолько большое влияние, что имеет последствия для разработки политики и регулирования деятельности аэропортов, а также применения законодательства о защите конкуренции к аэропортам[1].

[1]Методологический материал по оценке позиции аэропорта на рынке от Управления Гражданской авиации Великобритании включает в себя полезную структурную схему, с которой можно ознакомиться на сайте: www.caa.co.uk/docs/5/Final%20Competition%20Assessment%20Guidelines%20-%20FINAL.pdf

В нашей оценке использован комплексный подход при изучении множества различных источников конкурентных ограничений. Причиной этого является определение степени, в которой аэропорты, в целом или по отдельности, могут занимать преобладающую позицию на рынке, что представляет собой результат совокупного действия указанных конкурентных ограничений. В некоторых случаях одного индивидуального ограничения может быть достаточно для сдерживания роста аэропорта, но даже в противоположных случаях, в сочетании с другими ограничениями, может произойти ступенчатое изменение конкурентной позиции в целом.

1.1 Доказательный подход

Мы применили доказательный подход и использовали некоторые экономические инструменты и данные для оценки конкуренции между аэропортами и ее развития с течением времени. Единого метода или показателя для оценки степени конкуренции между аэропортами или конкурентных ограничений в аэропортах не существует. Поэтому нами применен целый ряд различных анализов в случаях, когда мы объединяем общеевропейские данные и модели с исследованиями, интервью с изучением конкретного случая и другими доступными доказательствами. Сравнение проводилось между 2002-м и 2011-м годами, поскольку это самый длинный отрезок времени, за который имеются сопоставимые данные и модели. Этот период не охватывает полностью те изменения, которые произошли с начала либерализации европейского авиатранспорта в середине 90-х, но является достаточно долгим отрезком времени для выявления определенной тенденции, хотя реальные изменения с середины 90-х в ней, скорее всего, недооцениваются.

Анализ эволюции рынка и тенденций европейской авиации
В качестве важной базы для оценки развития и источников конкуренции между аэропортами мы выделили ключевые тенденции в 3 больших областях: модели авиационного бизнеса; технология; потребительское поведение и изменения в политике и регулировании. Все они представлены в Главе 2. В последующих главах определяются ключевые источники конкурентных ограничений и реагирование аэропортов на имеющуюся в результате рыночную конъюнктуру.

Анализ изменения направлений деятельности авиакомпаний
В анализе изменения направлений деятельности авиакомпаний исследуется перераспределение провозных мощностей авиакомпаний на различные маршруты в соответствии с ожидаемой рентабельностью. Благодаря этому мы получаем оценку входных и выходных показателей авиакомпаний на уровне маршрута. На основании подробных данных мы количественно измеряем уровень оттока маршрутов и количество мест на аэропорт и оцениваем общую тенденцию в различных типах аэропортов и для различных типов авиакомпаний, что отображает гибкость текущих моделей авиационного бизнеса. Данный анализ представлен в Главе 3.

Анализ зоны охвата рынков прямых маршрутов
Через анализ зоны охвата нами оценивается конкуренция в географическом районе вокруг каждого аэропорта. Нами выполнен ряд количественных измерений выбора пассажиров в европейских аэропортах и наблюдение за их развитием с течением времени. В качестве нового признака мы учитываем фактическую сеть маршрутов в каждом аэропорту и оцениваем, как возникшие в связи с этим зоны пересечения аэропортов развиваются с течением времени. Данный анализ охватывает 250 крупнейших аэропортов Европы с разделением по их размеру. Он представлен в Главе 4.

Анализ конкуренции авиаузлов
Представленный выше анализ зоны охвата основывается на данных местных вылетов. В последующем анализе также учтены данные о транзитных пассажирах и конкуренции между авиаузлами. Мы снова применяем количественные методы для оценки развития выбора пассажиров с течением времени для большей выборки европейских аэропортов и транзитных рынков, на которых они являются конкурентами. Анализ представлен в Главе 4.

Реакция аэропортов
Вышеприведенный анализ предполагает значительное развитие конкуренции аэропортов. Мы рассматриваем реакцию аэропортов на указанные изменения с точки зрения привлечения новых бизнесов в существующие аэропорты, а также с точки зрения новых аэропортов, коммерческое использование которых уже началось, что также усиливает конкуренцию. Нами оценены выходы новых компаний на рынок в течение последних 10 лет, с различием между открытием новых аэропортов и расширением существующих. Анализ реакции аэропортов представлен в Главе 5.

Оценка совокупного влияния указанных изменений
Проанализировав изменение направлений деятельности авиакомпаний, выбора пассажиров и реакцию на это аэропортов, а также то, как аэропорты способствовали этому развитию, мы оценили их совокупное влияние. Выведено общее заключение о влиянии конкурентных ограничений на аэропорты разного размера и последствиях для любой вероятности рыночного преимущества. Анализ представлен в Главе 6.

Оценка регулирования деятельности аэропорта
Наконец, нами оценены последствия конкуренции между аэропортами в отношении нормативного регулирования. Анализ представлен в Главе 7.

Техническое приложение можно найти на сайте ACI EUROPE.

1.2 Аналитический подход

Для проведения описанных выше анализов использованы следующие данные и модели:

- Данные OAG: компания SEO Economic Research проанализировала данные провозных мощностей всех авиакомпаний, работавших в европейских аэропортах с 2002 по 2011 гг.
- Модель зоны охвата SEO Netcost: рассчитывает обобщенные транспортные расходы в модели выбора пассажира при оценке аэропорта отправления, аэропорта назначения, авиакомпании и маршрутов местных вылетов между регионами вылета в Европе и аэропортами назначения в Европе. Модельные расчеты за 2002 и 2011 гг. представлены таким образом, чтобы можно было провести сравнение с течением времени.
- Модель развитости сети от SEO Netscan: измеряет количество и качество связей из/в и через (с трансфером в) в 16 крупнейших европейских аэропортах[2]. Расчет модели снова выполнен за 2002 и 2011 гг. таким образом, чтобы можно было провести последовательное сравнение с течением времени. Модель охватывает 35000 возможных связей.

Кроме того, мы опираемся на ряд источников специализированных данных, которые указаны в соответствующих главах.

В случаях, когда количественных данных и моделей было недостаточно для оценки изменений в сфере конкуренции между аэропортами, мы провели ряд исследований конкретных случаев для получения коммерческой информации. Интервью с изучением конкретных случаев были проведены в аэропортах:

- Бергамо;
- Мюнхена;
- Франкфурта;
- Стокгольма (Арланда и Бромма);
- Копенгагена;
- Пальма-де-Майорки.

[2] Качество связей зависит от вида транзита, продолжительности полета и времени на отклонение от маршрута следования относительно теоретического прямого полета. Модель Netscan применялась во множестве исследований, в т. ч. при мониторинге развитости сети ИАТА, а также в научных публикациях (см., например, Burghouwt et al, 2009, Journal of Airport Management, 3 (4), с. 394-400).

Глава 2

Стремительно меняющийся мир

В этой главе обобщаются основные изменения, влияющие на рынок аэропортов, и описывается вынужденная и все возрастающая конкуренция европейских аэропортов за пассажиров и авиакомпании.

Основные выводы

- **Широкомасштабные изменения** европейского авиационного рынка, которые произошли за последние двадцать лет, охватывают:
  - дерегламентацию авиационных рынков, позволяющее любой европейской авиакомпании совершать вылеты из любого европейского аэропорта;
  - появление новых общеевропейских авиакомпаний, как путем слияния базовых перевозчиков узловых аэропортов, так и через появление бестрансферных перевозчиков с гораздо более гибкими моделями размещения провозных мощностей на наиболее прибыльных маршрутах;
  - увеличившуюся ориентацию компаний на ценовую политику;
  - технологические разработки, которые увеличили операционную гибкость авиакомпаний, а также информированность пассажиров и выбор;
  - появление более коммерчески ориентированных аэропортов, часто находящихся в частной собственности или независимом от государства управлении.
- **Сегодняшний рынок** характеризуется:
  - большей независимостью авиакомпаний от пункта базирования;
  - увеличившимся выбором для пассажиров;
  - более активной работой аэропортов.
- **Оценка позиции аэропорта на рынке** должна учитывать эти изменения, а также основополагающие принципы экономики аэропортов.
- **Аэропорт - это бизнес с фиксированными расходами,** требующий крупных капиталовложений во взлетно-посадочные полосы, терминалы и оборудование; большая доля эксплуатационных расходов незначительно различается по объему. Это означает, что аэропорты нуждаются в постоянном привлечении новых авиакомпаний и большего количества пассажиров. Для значительного увеличения прибыльности многим аэропортам нужно лишь заменить небольшую часть провозных мощностей.
- **Аэропорт - это двусторонний бизнес.** Положительное взаимодействие между авиакомпаниями, точками розничной торговли и пассажирами стимулирует аэропорт в конкурентной борьбе за трафик и пассажиров, поскольку на карту поставлены не только доходы от авиационной деятельности, но и другие поступления средств (например, доходы от розничной торговли).
- **Аэропорты имеют географическую привязку.** Это означает, что для пассажиров, проживающих вблизи аэропортов, географическая близость является наиболее вероятным определяющим фактором при выборе аэропорта. Но при наличии выбора их интересы будут защищаться конкуренцией. И этот выбор будет увеличиваться по мере расширения аэропортами зон обслуживания и числа потребителей.

Аэропорты раньше считались чем-то вроде естественных монополий. Теперь они должны конкурировать друг с другом как за пассажиров, так и за авиакомпании, которые имеют значительно больший выбор, чем в прошлом. Аэропорты вынуждены смещать акценты в сторону коммерческой деятельности. В результате формируется более конкурентный и динамичный рынок аэропортов.

В разделе 2.1 описаны основные тенденции, ведущие к стремительным изменениям. В разделе 2.2 представлена концепция позиции на рынке и ее применение к аэропортам. В разделе 2.3 описаны конкурентные ограничения и виды конкуренции между аэропортами.
В последнем разделе главы — 2.4 — обобщаются основные последствия описанных изменений для аэропортов и возникающие в результате конкурентные ограничения.

2.1 Крупные преобразования, обусловившие изменение рынка

Изменение операционной среды аэропортов имеет ряд причин. Частично оно связано с изменениями в политике и регулировании, которые способствовали либерализации рынка европейских аэропортов и развитию сообщения между странами Европы и внутри них; также значительное влияние оказали рыночные и технологические изменения, а также изменения в поведении потребителей. Разработка моделей низкобюджетных авиакомпаний, работающих в сфере бестрансферных маршрутов, привела к появлению более мобильных, ценоориентированных и требовательных к мощностям авиакомпаний, в то время как технологические разработки увеличили полетные возможности, доступные для авиакомпаний. Помимо этого, сочетание растущих доходов и снижения цен на авиабилеты позволили тратить на авиаперелеты больше, при этом пассажиры стали чаще выбирать большее количество различных направлений. Это также привело к появлению более специализированного рынка с множеством возможностей для входа и конкуренции. Также причиной новых потребностей и возможностей в области путешествий стала глобализация. Появление Интернета увеличило информированность пассажиров об имеющихся у них возможностях выбора, которая также стала более качественной. Совокупное влияние указанных преобразований изменило и конкурентную среду, в которой работают аэропорты, что привело к ослаблению позиций некоторых аэропортов, а в ряде случаев и к их выходу с рынка.

Данные основные изменения описаны ниже.

Политика и регулирование

- Либерализация сформировала единый рынок европейских аэропортов, сделав возможной работу любой компании из ЕС в любом государстве — члене ЕС, а также за его пределами (см. статью 2.1).
- Открытое небо и либерализация внешнего авиасообщения сделали то же самое для многих межконтинентальных маршрутов и неевропейских перевозчиков.
- Приватизация одних аэропортов и коммерциализация других в сочетании с реконструкцией военных и других аэродромов, которые ранее использовались мало, и дали толчок коммерциализации управления аэропортами и позволили выйти на рынок большему количеству конкурентов.

Статья 2.1 Открытие рынка ЕС для авиационного транспорта

До 1987 г. в Европе существовали защищенные и фрагментированные авиационные рынки.

Чтобы создать единый рынок для авиационного транспорта, ЕС либерализировал свой авиатранспортный сектор в три этапа:

- *Первый комплекс мер*, принятый в декабре 1987 г., включал в себя ослабление установленных правил. В отношении трафика между странами ЕС он ограничил право регуляторов возражать против введения новых тарифов. Это обеспечило авиакомпаниям некоторую гибкость в распределении количества посадочных мест.
- *Второй комплекс*, принятый в 1990 г., способствовал дальнейшему открытию рынка, с более гибкой установкой тарифов и распределением количества посадочных мест. Он также дал всем перевозчикам ЕС право перевозить неограниченное количество пассажиров или грузов между страной их базирования и другой страной — членом ЕС.
- *Третий комплекс* вводил дополнительные меры постепенно, начиная с января 1993 г. Он обеспечил свободу в предоставлении услуг в пределах ЕС, а в апреле 1997 г. — свободу *«каботажа»* — права авиакомпании одного государства — члена ЕС работать на маршруте в границах другого такого государства.

В последующие годы единый рынок был расширен территориями Норвегии, Исландии и Швейцарии, тем самым создав общеевропейскую авиационную зону.

Комплексная интеграция рынка устраняет все рыночные ограничения в отношении деятельности авиакомпаний, осуществляющих рейсы в пределах европейского авиационного рынка:

- ограничения выбора маршрутов;
- ограничения количества рейсов;
- ограничения тарифов;
- ограничения формы собственности и контроля авиакомпаний.

В результате все европейские авиакомпании смогли предоставлять услуги авиаперевозок по любому маршруту общеевропейской авиационной зоны.

Источник: Европейская комиссия, Генеральный директорат по мобильности и транспорту в ЕС.

Бизнес-модели авиакомпаний

• Развитие модели низкобюджетного перевозчика, в результате которого общеевропейские авиакомпании начали предлагать прямые рейсы, создало более динамичный рынок с участием авиакомпаний, как вводящих дополнительные провозные мощности, так и отменяющих существующие европейские маршруты[3].
• Низкобюджетные перевозчики менее требовательны к техническому обеспечению, что удешевляет развитие/расширение аэропортов, таким образом, сокращая стоимость их выхода на рынок.
• Более приближенный к прямым маршрутам трафик позволил пассажирам не пользоваться авиаузлами, что привело к увеличению нагрузки на узловые аэропорты, в частности, второстепенные авиаузлы[4].
• Развитие альянсов авиакомпаний, консолидация перевозчиков узловых аэропортов и увеличение количества авиакомпаний с множеством аэропортов базирования — все это увеличивает коммерческие возможности, доступные сетевым перевозчикам, даже когда они остаются в основном ориентированными на свои авиаузлы.

[3] 50-60% маршрутов авиакомпании Ryanair за любой отдельно взятый год — это новые маршруты, по которым не выполнялись полеты в предыдущем году (на основании данных Руководства для действующих авиакомпаний за 2007-2011 гг.). Ryanair ежегодно открывает около 500 маршрутов и закрывает около 300. Анализ, проведенный журналом Anna Aero 18 апреля 2012 г., показал следующие данные для лета 2012 г.: «Данные регулярных перевозок показывают, что, несмотря на внедрение в целом 269 новых маршрутов в промежутке между августом 2011 г. и августом 2012 г., Ryanair также отменила 130, таким образом, увеличив количество маршрутов на 139.»

[4] Низкобюджетные перевозчики предоставляют примерно 40% количества посадочных мест и перевозят около 50% авиапассажиров на внутриевропейском направлении; разница главным образом объясняется более высоким коэффициентом загрузки низкобюджетных перевозчиков.

Это также усиливает позиции более крупных и консолидированных базовых перевозчиков в переговорах с аэропортами, результатом чего является общее усиление позиции авиакомпаний.

• Увеличение количества авиаузлов на Ближнем Востоке и в странах, граничащих с Европой, привело к росту конкуренции европейских авиаузлов.

Технология

• Технология производства воздушных судов (усовершенствованных турбовинтовых двигателей и региональных реактивных самолетов, а также новых семейств среднегабаритного авиатранспорта малой и большой дальности с улучшенной топливной экономичностью, от Airbus до Boeing) уменьшила минимальный экономически эффективный объем обслуживания рентабельных маршрутов. Это может увеличить возможности обхождения авиаузлов, благодаря чему второстепенные аэропорты будут связываться напрямую.

• Развитие высокоскоростных железных дорог увеличило конкуренцию внутриевропейских маршрутов малой дальности.

• Развитие инфраструктуры автомобильных дорог и подведение железнодорожных веток к аэропортам увеличили зоны обслуживания аэропортов и степень конкурентного перекрытия.

Поведение потребителей

• Общий рост доходов и снижение цен на авиабилеты сделали авиапутешествия более привычными, благодаря чему пассажиры стали чаще выбирать авиаперелеты (например, туры выходного дня или мини-отпуск).

• Бронирование через Интернет сократило расходы пассажиров на поиск и смену перевозчика, снизив затраты на выход авиакомпаний на местные (географические) рынки.

• Снижение цен на авиабилеты привело к росту более чувствительного к ценам и нечувствительного ко времени трафика (т.н. коммерциализация авиапутешествий) и готовности пассажиров путешествовать на более длинные расстояния наземным транспортом до определенного аэропорта по более низкой цене (с низкими тарифами), что, в свою очередь, привело к увеличению и большему перекрыванию зон обслуживания (по крайней мере, для нечувствительных ко времени пассажиров, едущих на отдых).

• Развитие туризма привело к увеличению доли пассажиров, вылетающих из иностранных аэропортов - туристов, прибывающих из-за границы и имеющих широкий выбор направлений вылета; таким образом, конкурировать за них будут также аэропорты, осуществляющие сообщение во многих направлениях, а не только аэропорты, находящиеся в непосредственной географической близости друг от друга.

Аэропорты

• Новые аэропорты вышли на рынок, а существующие увеличили пропускную способность путем инвестиций в новые взлетно-посадочные полосы, терминалы и оборудование. Это выразилось в создании удобств согласно требованиям низкобюджетных бизнес-моделей и инвестициях в улучшение обслуживания хабовых авиакомпаний. Такая пропускная способность увеличила возможность авиакомпаний для замещения одного аэропорта другим и, следовательно, конкуренцию между аэропортами.

• Развитие розничной торговли на территории аэропорта, а также предоставление аэропортами других услуг для пассажиров, позволило оптимизировать прибыль и убытки от изменения количества пассажиров. Теперь от уменьшения или увеличения деятельности “аэродромного” сектора зависит не только уровень авиационных доходов. На доходы, не относящиеся к авиационной деятельности, также оказывается влияние.

Вероятно, многие из описанных изменений сами по себе будут оказывать значительное влияние на конкурентную среду, в которой работают аэропорты. Однако вместе они предполагают глубокое и продолжительное изменение динамики отрасли. Оно произошло во время значительного роста авиационного рынка в целом, что позволило изменениям произойти значительно быстрее, чем могло бы быть в ином случае.

Статья 2.2 Европейский авиационный рынок и его основные изменения

Авиационный транспорт, представленный более чем 150 компаниями, осуществляющими регулярные авиаперевозки, сетью из более чем 450 аэропортов и 60 поставщиков аэронавигационных услуг, вносит важный вклад в европейскую экономику. В авиационном секторе занято более 4,5 миллионов человек. Одни только авиакомпании и аэропорты вносят 1,5% в европейский ВВП. Согласно данным Европейской комиссии, в 2010 г. около 800 млн пассажиров осуществили вылет из европейских аэропортов или прибытие в них.

Больше маршрутов в пределах ЕС	увеличение на 140% с 1992 по 2010 гг.
Больше маршрутов в пределах ЕС при наличии более 2 конкурентов	увеличение на 310% с 1992 по 2009 гг.
Появление прямых перевозчиков	Около 40% общей плановой пропускной способности в пределах ЕС к 2011 г.

Примечание: последние данные представлены Европейской комиссией.
Доля прямых перевозчиков рассчитана Copenhagen Economics.

Источник: Европейская комиссия, Генеральный директорат по мобильности и транспорту в ЕС.

Подводя итог вышеизложенного, следует отметить, что изменения на европейском авиационном рынке означают конкуренцию аэропортов с *более независимыми авиакомпаниями*, которые хотят и могут вести бизнес в любом месте, где имеются более развитая сфера услуг, хорошие цены и рыночные условия. Таким образом, авиакомпании стараются получить лучшую отдачу от своих мобильных активов (это будет документально подтверждено в Главе 3). Аэропорты также работают в среде, где *больше пассажиров имеют больший выбор* аэропортов и авиакомпаний (как будет показано в Главе 4). Кроме того, *деятельность аэропортов приобрела более активный характер*, их действия стали в большей степени подчиненными интересам бизнеса в ответ на конкурентное давление в ходе привлечения пассажиров и авиакомпаний (о чем идет речь в Главе 5). Стоит отметить также, что рынок аэропортов стал гораздо более динамичным и конкурентным, как показано на рис. 2.1.

Рисунок 2.1 Динамично развивающийся рынок европейских аэропортов



Источник: Copenhagen Economics

В следующих разделах будет представлена концепция позиции аэропорта на рынке и описание конкуренции аэропортов в рыночной среде, описанной выше.

2.2 Позиция аэропорта на рынке

Позиция на рынке может создаваться согласно ряду причин в зависимости от соответствующей отрасли. В некоторых отраслях она может формироваться в результате эксклюзивного права на специфические технологии. Для аэропортов место расположения может стать преимуществом, равным характеру положения на рынке. В то же время многие бизнесы имеют определенную позицию на рынке, связанную с местоположением. Булочная или супермаркет имеют некоторое преимущество для потребителей, живущих поблизости, но булочные или супермаркеты не могут быть нечувствительными к ценам и качеству, которые предлагают другие аналогичные предприятия; их поведение ограничено присутствием конкурентов и желанием потребителей переключаться и делать покупки в другом месте, если цена или качество перестали быть удовлетворительными.

Считается, что бизнес имеет значительную позицию на рынке, когда его прибыльность может расти, и он может поддерживать цены выше уровня, преобладающего на конкурентном рынке[5]. Оценка позиции на рынке, таким образом, в конечном итоге является оценкой чувствительности потребителей к изменению цены или качества.

Позиция на рынке не является абсолютным термином, а скорее зависит от собственных характеристик и требует оценки на соответствующих рынках, где происходит конкуренция между аэропортами. Может оказаться, что аэропорты имеют очень небольшое или незначительное преимущество на одном рынке, например, среди проживающих в регионе и летающих прямыми рейсами пассажиров, но в то же время они имеют определенное преимущество и на другом рынке, например, среди транзитных пассажиров. Оценка позиции аэропорта на рынке, таким образом, должна сосредотачиваться на степени конкурентных ограничений для аэропортов на всех рынках, где они могут участвовать в конкуренции.

[5] Формально для определения позиции на рынке Европейская комиссия требует, чтобы «решения компании были преимущественно нечувствительными к действиям и реакциям конкурентов, заказчиков и, в конечном итоге, потребителей».

Впечатляющий рост трафика на европейском авиационном рынке привел к ограничению пропускной способности в некоторых аэропортах. Однако конкурентные ограничения могут также применяться в случаях, когда пропускная способность аэропорта ограничена. Ограничения пропускной способности сами по себе не оказывают определяющее влияние на позицию на рынке. В то время как такие ограничения могут в некоторых случаях влиять на необходимость привлечения в аэропорт трафика, они зачастую не являются общим правилом. Динамичность развития авиационной отрасли означает, что разные бизнес-модели приходят и уходят, а аэропорты должны приспосабливаться, чтобы заполнить пропускную способность, которую прежде обслуживали приходящие в упадок сегменты отрасли. Аэропорты могут также стремиться постоянно улучшать качество своего трафика путем увеличения провозных мощностей, коэффициента загрузки и вклада в доходы от розничной продажи. Даже очевидно заполненный аэропорт может все же испытывать потребность в конкуренции для привлечения или удержания трафика более высокого качества. Более того, ограничения пропускной способности содействуют выходу на рынок других аэропортов. Растущее признание торговли слотами, согласно пересмотренным правилам ЕС, должно способствовать дальнейшему увеличению гибкости при ограниченной пропускной способности.

Даже если выясняется, что аэропорт, как и любой другой бизнес, имеет определенную позицию на рынке, это само по себе не может быть проблемой, скорее проблемой считается злоупотребление рыночной позицией, поскольку оно может навредить потребителям, привести к неэффективному использованию ресурсов и препятствовать инвестициям и инновациям. Для аэропорта существует ряд коммерческих характеристик, рассматриваемых в следующем разделе, которые, одновременно с тенденцией увеличения влияния конкуренции, будут работать против аэропортов, ухудшая позицию на рынке, которую они могли бы удерживать.

2.3 Конкурентные ограничения и пути конкуренции аэропортов

Даже в случаях, когда аэропорты имеют определенное преимущество на рынке в связи с местоположением или в определенном сегменте, ограничения могут проявиться согласно способности или желанию использовать такое преимущество. Даже если аэропорт не имеет конкурирующих аэропортов поблизости, растущая независимость авиакомпаний может сдерживать его развитие; в качестве меры сдерживания авиакомпании могут воспользоваться угрозой выхода из аэропорта или осуществить фактический выход. Независимые авиакомпании являются одним из источников конкурентных ограничений деятельности аэропортов.

В более общем смысле, чем больше конкурентные ограничения деятельности аэропорта в связи с конкуренцией с другими аэропортами, из-за доступности альтернативных средств передвижения или покупательной способности авиакомпании, тем больше вероятность, что он проявит внимание к нуждам своих заказчиков, вне зависимости от того, будут ли это авиакомпании или пассажиры.

В любой отрасли, что также касается деятельности аэропортов, конкурентные ограничения, вероятнее всего, возникают по 3 основным причинам:

- фактическая конкуренция: другие аэропорты или участники рынка, конкурирующие за пассажиров, авиакомпании или других пользователей аэропорта;
- потенциальная конкуренция: угроза того, что новые или существующие участники, увеличивающие свою пропускную способность или ассортимент продукции, могут начать конкурировать за привлечение пассажиров, авиакомпаний или других клиентов аэропорта;
- покупательная способность: существующие клиенты аэропорта с хорошими переговорными позициями, которые могут вытекать из их способности переключаться на другие аэропорты, концентрации в аэропорту или информированности и фактической деятельности в результате заключения сделок с рядом других аэропортов.

Типичные причины конкурентных ограничений, перечисленные выше, имеют очень близкое отношение к аэропортам. Кроме того, существуют определенные характеристики аэропорта, которые изменяют и увеличивают влияние конкуренции. В частности, аэропорты являются:

- бизнесами с фиксированными расходами;
- двусторонними бизнесами;
- бизнесами с географической привязкой.

Данные характеристики описаны ниже.

Бизнесы с фиксированными расходами

Аэропорты имеют фиксированные расходы. Они являются капиталоемкими бизнесами, требующими крупных капитальных инвестиций для финансирования новой инфраструктуры и модернизации имеющихся сооружений. В 2010 г. капитальные затраты на европейские аэропорты составили 9 млрд евро, что составляет 31% от общих затрат[6]. Эксплуатационные затраты составили 65% от общих затрат[7]. Многие из указанных эксплуатационных расходов являются фиксированными или мало меняются в зависимости от уровня эксплуатации. Сметные расчеты предельных затрат в отношении дополнительных ВПО указывают на предельные затраты в размере примерно 10% от общих затрат. Это означает, что до 90% затрат преимущественно инвариантны относительно уровня операций[8]. Относительная фиксированность эксплуатационных расходов также подтверждена Комиссией по вопросам конкуренции Великобритании, которая допускает, что эксплуатационные расходы аэропорта меняются при изменении трафика всего на 30%[9]. Мы напоминаем о том, что эксплуатационные расходы в среднем составляют около 65% от общих расходов.

Фиксированная природа коммерческих расходов аэропортов и низкие, а иногда и очень низкие предельные затраты от добавления дополнительных пассажиров или использования провозных мощностей означает, что целью аэропортов является максимальное увеличение дохода от описанной базы основного капитала путем постоянного привлечения новых авиакомпаний и большего количества пассажиров. Это указывает на то, что несущественные решения авиакомпаний оказывают огромное влияние на прибыльность аэропорта, и для многих аэропортов достаточно изменения лишь в несколько самолетов, чтобы значительно повлиять на прибыльность аэропорта.

---

[6] Согласно Европейскому экономическому отчету Международного совета аэропортов за 2011 г. Учитывая, что инвестиции в аэропорт часто являются крупными инфраструктурными проектами, высокая капиталоемкость требуется на протяжении длительного периода времени. Более того, первый доход от капитала для инвесторов в отдельных случаях может быть получен через 10-20 лет.

[7] Операционные расходы состоят из расходов на охрану аэропорта (27% эксплуатационных расходов), обслуживания пассажиров и грузов в терминалах и на привокзальной площади (29%), аэродромного обслуживания (20%), затрат на администрирование (16%), затрат на маркетинг и сбыт (4%) и прочих расходов (4%), согласно Европейскому экономическому отчету Международного совета аэропортов за 2011 г. Налоги и другие сборы с 2009 по 2010 гг. почти утроились и составили 4% от общих затрат в 2010 г.

[8] См. Link et al (2004), где оценены затраты аэропорта Хельсинки и выявлены предельные затраты в сумме 22 евро за дополнительное движение провозных мощностей, что соответствует 11% от общих затрат. Моррисон и Уинстон (1989) провели подобный расчет для аэропортов США, получив результат 22 доллара за рейс; при корректировке на 2000 евро получено значение 32 евро за рейс.

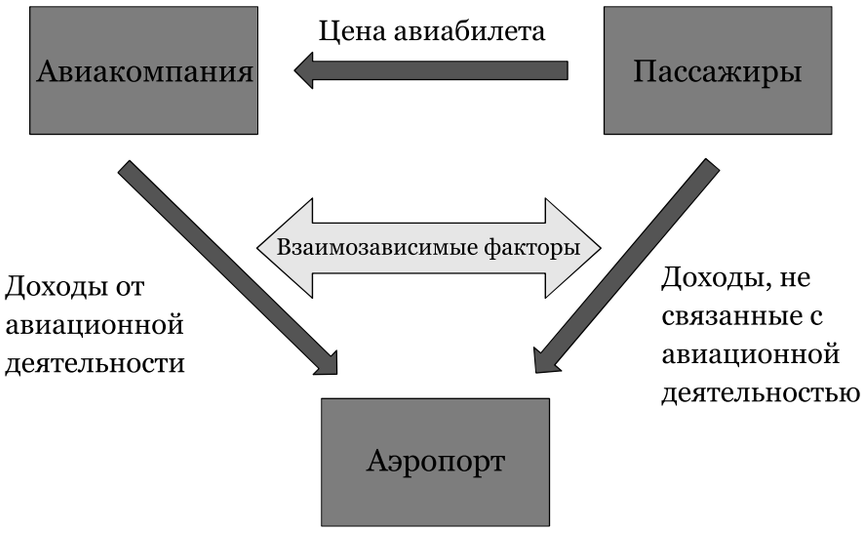
[9] См. данные Комиссии по вопросам конкуренции Великобритании (2008), «Станстенд Аэропорт Лтд — обзор цен Q5», доклад, представленный в Управлении гражданской авиации Великобритании 23 октября 2008 г. и доступный на сайте http://www.caa.co.uk/docs/5/ergdocs/ccstansted.pdf, или параллельное исследование Гатвика, к которому применялись те же допущения: http://www.caa.co.uk/docs/5/ergdocs/ccreport.pdf.

Двусторонние бизнесы

Некоторые эксперты рассматривают аэропорты как государственные компании, обслуживающие нужды авиакомпаний. Однако аэропорты рассматривают пассажиров как важного клиента и источник доходов независимо от авиакомпаний. Европейские аэропорты имели значительные доходы, не связанные с авиационной деятельностью; в 2010 г. эти доходы (13,8 млрд евро) почти равнялись доходам от авиационной деятельности (14,8 млрд евро)[10]. Это означает, что аэропорты все больше зависят от коммерческих доходов при получении необходимых средств на эксплуатацию и инвестиций в инфраструктуру. Поэтому аэропорты рассматриваются как платформы взаимодействия между авиакомпаниями и пассажирами, работающие, чтобы соединить эти две стороны вместе[11]; см. также рис. 2.2.

Данное утверждение предполагает, что аэропорты, авиакомпании и пассажиры связаны прямыми взаимоотношениями. Если количество пассажиров уменьшается, авиакомпании получают убытки и решают покинуть аэропорт. Если авиакомпании покидают аэропорт или сокращают охват или частоту маршрутов, это ограничивает пассажиров, оказывая негативное влияние на деятельность аэропорта и его доходы от розничной продажи.

Рис. 2.2 Аэропорты как двусторонняя платформа



Примечание: Пассажирские аэропортовые сборы уплачиваются пассажирами аэропортам в составе стоимости авиабилета. Сборы, связанные с воздушными судами, выплачиваются аэропорту авиакомпаниями. Организация наземного обслуживания авиакомпании, предлагаемая аэропортом или независимой третьей стороной - оператором, не показана.
Также не показаны коммерческие отношения с точками розничной продажи или другими операторами в аэропорту.

Источник: Copenhagen Economics

[10] Согласно *Европейскому экономическому отчету Международного совета аэропортов за 2011 г.*

[11] См. Gillen, D. (2009), «Новый взгляд на бизнес аэропорта как двусторонней платформы», Airneth Fellow Column, апрель 2009, доступен на сайте: www.airneth.nl/index.php/columns/a-new-view-of-the-airport-business-two-sided-platforms.html. Основополагающий труд, который показывает, как дополнительные доходы от розничной продажи улучшают авиационные сборы, можно найти у Starkie, D. (2001), «Реформы регулирования аэропортов в Великобритании», *Journal of Transport Economics and Policy* 35 (2001). - С. 119-135.

В то время как не прекращаются споры относительно того, можно ли рассматривать аэропорты как двустороннюю платформу[12], данная характеристика является очень важной для анализа рынка и рыночной позиции, а также для решений, касающихся регулирования аэропорта, именно потому, что аэропорты, даже при преимуществе на рынке, будут иметь меньше стимулов использовать его вследствие взаимодополняемости доходов от авиационной и неавиационной деятельности[13].

Описанная ситуация имеет последствия для характера конкуренции аэропортов. Положительная синергия между авиакомпаниями, предприятиями розничной торговли и пассажирами в сочетании с фиксированным характером затрат аэропортов представляют собой максимальный стимул для конкуренции аэропортов за трафик и пассажиров, поскольку на карту поставлены доходы от авиационной и иной деятельности (например, доходы от розничной торговли). Это может привести к тому, что аэропорт будет снижать авиационные сборы в целях увеличения числа пассажиров, чтобы, в свою очередь, увеличить оборот в других сферах бизнеса, таких как розничные продажи.

Это означает, что аэропорты с неограниченной пропускной способностью будут иметь естественный стимул для максимального увеличения доходов через привлечение большего количества авиакомпаний и пассажиров. Это также подразумевает, что аэропорты с определенными ограничениями пропускной способности будут стремиться привлечь авиакомпании, вероятнее всего, не столько с целью увеличения количества пассажиров, сколько для максимального увеличения коммерческих доходов. Следовательно, резервная пропускная способность не является предпосылкой для конкуренции[14].

Географическая привязка

Аэропорты имеют географическую привязку. Это означает, что для пассажиров, живущих вблизи аэропорта, географическая близость будет наиболее вероятным определяющим фактором при выборе аэропорта. Но конкуренция за пассажиров, как и на других рынках, будет развиваться среди аэропортов, которые предоставляют наибольший выбор, при условии их достаточного количества, что защитит интересы пассажиров с меньшими возможностями выбора. Одинаковый выбор для каждого пассажира для эффективной конкуренции необязателен.

Более того, географическая привязка ресурсов сама по себе будет способствовать конкурентному поведению аэропортов как в отношении пассажиров, так и в отношении авиакомпаний. Большинство аэропортов не может достичь желаемого объема пассажиров, привлекая только тех, кто живет в непосредственной близости от аэропорта. Для достижения рентабельного объема деятельности им нужно двигаться дальше, за пределы своей зоны обслуживания, и, таким образом, привлекать все больше пассажиров из зон обслуживания других аэропортов.

Поэтому аэропорты стараются покрывать свои высокофиксированные расходы (имея при этом низкие предельные издержки на пассажира) за счет увеличения объема перевозок, что, ввиду невозможности дифференциации пассажиров, означает снижение сборов за обслуживание пассажиров и, таким образом, увеличение зон обслуживания[15].

---

[12] См. Карстен Фрёлих «Аэропорты как двусторонние рынки - критическая оценка», 2010, на сайте: http:// www.wip.tuberlin.de/typo3/fileadmin/documents/infraday/2010/paper/Fr%C3%B6hlichAirports%20as%20two-sided %20markets%20A%20critical%20contribution.pdf

[13] См. Старки, Д. (2001), «Реформирование регулирования аэропорта Великобритании», Journal of Transport Economics and Policy 35 (2001). - С. 119-135.

[14] Рынок жилья в Лондоне имеет ограниченную емкость, но это не означает, что на рынке жилья нет конкуренции. Разные агенты по продаже недвижимости конкурируют друг с другом, и все они конкурируют с агентами по продаже недвижимости из других городов (часто на международном уровне), нацеленными на тех же потенциальных арендаторов или покупателей.

[15] Аэропорты устанавливают единый сбор для различных операций. Даже если бы аэропорты, по какой-либо причине, захотели провести различия между пассажирами в зависимости от их желания платить, они не смогли бы это сделать ввиду отсутствия доступа к информации.

2.4 Основные пути влияния на аэропорты

Если достаточное количество авиакомпаний и пассажиров имеет выбор, это создает конкурентное давление на аэропорты. Как будет показано в оставшейся части настоящего отчета, изменения на рынке и в бизнес-моделях (как в авиакомпаниях, так и в аэропортах) означают, что в Европе значительно выросла (при условии варьирования) возможность выбора аэропортов. Тенденции таковы, что выбор и конкурентное давление, которое он провоцирует, со временем увеличиваются и, вероятнее всего, будут увеличиваться в дальнейшем с развитием бизнеса и технологий, а также в ходе дальнейшей либерализации коммерческих прав авиакомпаний за пределами Европы.

В результате, по сравнению с ситуацией, складывавшейся 10-20 лет назад, рынок сегодня характеризуется:

- наличием большего количества независимых авиакомпаний;
- большей возможностью выбора для пассажиров;
- более активной деятельностью аэропортов.

Указанные изменения легли в основу трех следующих глав.

Глава 3

Более независимые авиакомпании

Данная глава рассматривает процесс выбора аэропортов авиакомпаниями и показывает, как они становятся более независимыми.

Главные выводы

- **Современные аэропорты** обслуживают авиакомпании, которые могут и готовы выбирать другие аэропорты, если условия их не устраивают. Таким образом, авиакомпании создают конкурентное давление на аэропорты.
- **Перевозчики по прямым маршрутам** имеют особые потребности и возможности для выбора аэропорта. Их бизнес-модель позволяет им делать это, а фактические данные подтверждают активные изменения в выборе как в области маршрутов, так и аэропортов базирования. С учетом большой и растущей доли общего обслуживаемого трафика европейских аэропортов, увеличение числа общеевропейских прямых перевозчиков способствует росту общего числа случаев смены выбора аэропорта.
- **Базовые перевозчики узловых аэропортов** обладают меньшей гибкостью, но она также растет. Слияния и альянсы породили перевозчиков с множеством авиаузлов базирования, поэтому новый трафик уже в меньшей степени привязан к первоначальному авиаузлу. Узловые авиакомпании также переключаются на местные маршруты в своих сетях.
- **Высокая текучесть:** в результате в настоящее время ежегодно открывается и закрывается примерно на 500 маршрутов больше, чем в 2002 г. Сегодня каждый год открываются примерно 2500 маршрутов и примерно 2000 закрываются. Это означает, что доля НОВЫХ открывшихся маршрутов соответствует примерно 20% их суммарного количества, в то время как примерно 15% существующих маршрутов каждый год закрывается.
- **Рынок растет,** и в 2011 г. было предложено на 54% больше маршрутов и на 41% больше провозных мощностей по сравнению с 2002 г. Большой рост наблюдается на новых уникальных маршрутах. Это означает, что авиакомпании больше конкурируют за введение новых маршрутов, чем за сохранение существующих. Больше маршрутов с единственным перевозчиком делают аэропорты более чувствительными к изменению выбора авиакомпаниями, поскольку трафик с большей вероятностью будет потерян.
- **Замещение объема перевозок** при закрытии маршрутов не происходит по умолчанию. В маршрутах с единственным перевозчиком менее 20% провозных мощностей, имеющихся до закрытия, восстанавливается через 3 года после закрытия. В маршрутах с множеством перевозчиков 40% провозных мощностей, имеющихся до закрытия, восстанавливается в последующие 3 года. Это говорит о том, что закрытие влияет на деятельность аэропортов, выражаясь в потере объема перевозок и снижении рентабельности аэропорта.
- **Высокая степень зависимости от крупных перевозчиков:** значительное количество аэропортов имеет высокую степень зависимости от единственного перевозчика. В 8 из 10 аэропортов самый крупный перевозчик поставляет более 40% провозных мощностей. В сочетании с увеличением изменения направлений авиакомпании могут во многих случаях создавать настоящую угрозу для аэропортов.

В целом исследование показывает, что европейский авиационный рынок очень динамичен, характеризуется высокой степенью изменения выбора аэропортов авиакомпаниями и текучести. Значительная доля трафика может быть потеряна, и авиакомпании могут создавать конкурентные ограничения для аэропортов.

В разделе 3.1 описываются пути изменения выбора аэропортов авиакомпаниями. В разделе 3.2 приводится анализ склонности авиакомпаний к изменению выбора аэропорта. В разделе 3.3 представлены доказательства фактического выбора европейских авиакомпаний в течение последних 10 лет. Наконец, в разделе 3.4 рассматривается преимущественная позиция авиакомпаний с оценкой масштабов дополнительных конкурентных ограничений для аэропортов.

3.1 Способность к изменению выбора аэропорта

Угроза изменения выбора аэропорта авиакомпанией представляет прямые и сильные конкурентные ограничения для аэропортов. Если аэропорт теряет авиакомпанию, которая переходит к конкуренту, он может понести убытки как в сфере доходов от авиационной деятельности, так и неавиационных доходов, ввиду уменьшения посещаемости магазинов и других точек розничной торговли или пользования автомобильной стоянкой в аэропорту. Аэропорт - это, прежде всего, бизнес с фиксированными расходами, включающий не только компенсируемые капитальные активы (доход от капитала и амортизации), но и множество эксплуатационных расходов, которые неизбежны в краткосрочной перспективе ввиду требований к эксплуатации, контрактов и других обязательств. Соответственно, потеря доходов непропорционально переходит в снижение рентабельности. Сила такого воздействия зависит от степени, в которой выпадающий трафик замещается другим перевозчиком - вопрос, к которому мы вернемся позже в этой главе.

Важно отметить, что авиакомпаниям фактически не требуется изменение выбора для конкурентного давления на аэропорты. Угрозы такого изменения может быть достаточно, чтобы получить конкурентный ответ от аэропорта.

Кто может выбирать?

Авиапарк по определению является мобильным активом, который может перемещаться между аэропортами, и авиакомпании постоянно пересматривают свою сеть маршрутов и количество обслуживаемых рейсов, а также распределение провозных мощностей по аэропортам базирования. Программа маршрутов традиционно пересматривается дважды в год при установке зимнего и летнего графика. Кроме того, авиакомпании все больше используют т.н. динамическое распределение провозных мощностей, в соответствии с чем количество обслуживаемых рейсов и разные типы провозных мощностей постоянно перераспределяют на протяжении сезона, чтобы оптимизировать использование провозных мощностей.

Авиакомпании с разными бизнес-моделями, обслуживающие различные сегменты рынка, могут регулировать количество посадочных мест в отдельном аэропорту самыми разными способами:

- Во-первых, авиакомпании могут регулировать количество посадочных мест на определенный маршрут путем изменения типа провозных мощностей или количества обслуживаемых рейсов[16]. Этот тип переключения может использоваться с уведомлением за очень короткий срок и без изменения всей программы маршрутов. Этот способ используют как авиакомпании, осуществляющие трансферные рейсы через авиаузлы, так и авиакомпании, обслуживающие прямые маршруты.
- Во-вторых, базовые перевозчики узловых аэропортов могут менять местные маршруты в своей сети, открывая новые направления из своего узлового аэропорта и закрывая другие направления (обычно в конце сезона). Если это последнее направление является «конечным пунктом», который входит в нормальный трафик, изменение выбора может произойти гораздо легче. Сменить местный маршрут на авиаузел партнера по альянсу может быть сложнее, но вполне возможно. Подобным образом перевозчики по прямым маршрутам могут переключать провозные мощности на новый маршрут, например, путем добавления нового направления из одного из своих базовых аэропортов. Этот тип переключения может также происходить с уведомлением за довольно короткий срок и в гибких условиях[17].

[16] Некоторые перевозчики, особенно из сегмента прямых маршрутов, имеют стандартный парк судов. Для таких перевозчиков регулирование количества посадочных мест на маршрут путем изменения типа провозных мощностей является наиболее осуществимым вариантом.

[17] Действие такого переключения направлений для аэропорта вылета может быть смешанным. Можно получить или потерять пассажиров в зависимости от популярности нового направления по отношению к предыдущему. Для аэропортов назначения эффект очевиден: новое направление получает пассажиров, тогда как предыдущее их теряет.

- В-третьих, перевозчики прямого маршрута могут перераспределять перевозные мощности между своими базами, а также открывать и закрывать базы. Перевозчики по прямым маршрутам обычно имеют несколько баз, с помощью которых они комплектуют штат и проводят техническое обслуживание большого количества воздушных судов. С течением времени местонахождение таких баз может быть изменено или могут быть отрегулированы провозные мощности между ними путем перемещения провозных мощностей и реорганизации персонала соответственно. Чем более радикальное изменение направлений намечено, тем более серьезные вопросы в отношении найма рабочей силы, коммерческих переговоров, маркетинга и создания сетей придется решать. Но значительного переключения можно достичь путем изменения относительных размеров существующего базирования в аэропорту, нежели путем массового закрытия и открытия маршрутов.
- Наконец, хотя базовые перевозчики узловых аэропортов могут быть вынуждены остаться в своих авиаузлах, они могут менять распределение своих провозных мощностей между авиаузлами. Объединение среди сетевых перевозчиков увеличивает такую возможность, поскольку объединенные группы будут иметь лучший выбор относительно мест сосредоточения своего бизнеса и, в частности, любых потенциальных возможностей роста[18].

Со своей стороны, аэропорты будут иметь разные сочетания базовых перевозчиков относительно фидерных услуг, предоставляемых перевозчиками, базирующимися в любых других аэропортах. Маленькие аэропорты без «домашних перевозчиков», имеющие только входящий трафик прямых маршрутов, сталкиваются с очень независимым рынком. С другой стороны, гипотетический аэропорт с большой долей провозных мощностей, представленных базовым перевозчиком с одним аэропортом базирования, столкнется с менее независимым сегментом рынка. В реальности большинство средних и крупных аэропортов сталкиваются с сочетанием этих сегментов, и, как будет показано ниже, более независимые из них сегодня составляют более крупную долю всех провозных мощностей, нежели в прошлом.

Важно отметить, что, как и при анализе выбора пассажиров[19], конкурентное ограничение создают авиакомпании, более чувствительные к изменениям цены или качества обслуживания в аэропорту[20]. Пока существует достаточно авиакомпаний, способных уменьшить количество или убрать провозные мощности в ответ на увеличение цен аэропортом или снижение качества обслуживания, аэропорт будет эффективно ограничен в подобных действиях. Таким образом, менее гибкие авиакомпании защищены давлением более гибких авиакомпаний на действия аэропорта[21].

---

[18] Например, Вилли Уолш, бывший генеральный директор British Airways (BA), в 2011 г. утверждал, что *«BA сможет достичь [...] роста, потому что наши активы мобильны и мы можем сосредоточить свои усилия на развитии Мадрида, а не [...] Лондона»*. См. Старки, Д. (2012) «Европейские аэропорты и авиакомпании: развитие отношений и последствия регулирования», *Journal of Air Transport Management, номер 21. - С. 40-49*.

[19] Анализ представлен в Главе 4.

[20] Как будет указано ниже, изменение направлений не обязательно влечет за собой выход из аэропорта или закрытие маршрута. Регулирование количества посадочных мест, например, путем меньшего количества вылетов на маршрут, также является регулированием, которое может влиять на аэропорт.

[21] Если аэропорт имеет возможность выбирать между маршрутами/авиакомпаниями/группами авиакомпаний при определении условий и качества, конкурентное давление возникает со стороны наиболее чувствительных к изменениям перевозчиков/авиакомпаний внутри каждой группы, между которыми аэропорт имеет возможность выбирать. На практике ограниченная информация и ознакомление аэропорта с рентабельностью/прибыльностью разных обслуживаемых маршрутов/оказываемых услуг с большой долей вероятности может предупредить такую избирательность. Правила установления сборов и пассажиры, меняющие авиакомпании и маршруты, также будут снижать ее потенциальные проявления. Более того, на практике доказательств такой избирательности не существует.

Выход на рынок новых аэропортов увеличивает возможности для изменения направлений. В течение последних двух десятилетий Европа столкнулась с выходом значительного количества аэропортов на рынок и расширением аэропортов. Новые аэропорты[22], терминалы[23] и взлетно-посадочные полосы, которые увеличили пропускные способности имеющихся аэропортов[24], увеличили возможности, доступные авиакомпаниям. С помощью данных OAG Рейнольдс-Фрайан определил, что в 2008 г. в Европе аэропортов с коммерческими реактивными воздушными судами было на 81 больше, чем в 1996[25]. Наш анализ показал, что большое количество аэропортов с наличием указанных услуг сохранилось, несмотря на сильный экономический спад, начавшийся в 2008 г[26]. Согласно данным Евроконтроля, ожидается дальнейшее увеличение пропускных способностей, поскольку европейские аэропорты планируют к 2030 г. увеличить свои пропускные способности на 41%.

Технология воздушных судов продолжает увеличивать возможности изменения выбора аэропорта

Как для перевозчиков по прямым маршрутам, так и для базовых перевозчиков узловых аэропортов созданию возможностей для изменения выбора аэропорта способствовало развитие технологии производства воздушных судов, описанное в Статье 3.1, которое увеличило диапазон маршрутов — как ближних, так и дальних рейсов — которые можно осуществлять из второстепенных и более мелких аэропортов, с увеличением таким образом выбора для авиакомпаний.

---

[22] Например, новый Афинский международный аэропорт (открыт в 2001 г.), новый аэропорт Веце (открыт в 2003 г.), новый аэропорт Берлин-Брандербург (открыт в 2013 г.) и новый Варшавский аэропорт (открыт в 2012 г.).

[23] Например, терминал 1 Аэропорта Гамбурга (завершен в 2005 г.), терминал 2 Аэропорта Дублина (завершен в 2010 г.) и терминал 5 Лондонского аэропорта Хитроу (открыт в 2008 г.).

[24] Например, аэропорт Схипхол в Амстердаме (новая взлетно-посадочная полоса открыта в 2003 г.) и аэропорт Франкфурта (новая взлетно-посадочная полоса открыта в 2011 г.).

[25] А. Рейнольдс-Фрайан (2010) «Характеристики сетей авиакомпаний: сравнение Северной Америки и Европы)», Journal of Air Transport Management, номер 16. - С. 121-126.

[26] Данные OAG, использованные в настоящем исследовании, показывают, что количество аэропортов, предлагающих регулярные коммерческие маршруты, остается приблизительно постоянным с 2008 г. Согласно данным OAG в отношении регулярных внутриевропейских перевозок с минимальным количеством вылетов 50 в год, количество аэропортов в 2008 г. достигло 616.

Вставка 3.1 Разработка воздушных судов и способность изменения выбора аэропорта

Развитие авиации также сыграло свою роль в расширении возможностей изменения выбора аэропорта. Региональные реактивные самолеты и новейшие турбовинтовые двигатели позволили осуществлять прямые рейсы в маленькие аэропорты и из них, часто по новым прямым маршрутам с обходом авиаузлов. Новые воздушные суда со средним размером фюзеляжа и увеличенной дальностью полета расширяют объем услуг авиаузлов, увеличивая проникновение рынка авиаузлов в новые второстепенные аэропорты, одновременно позволяя второстепенным аэропортам иметь больше беспересадочных маршрутов. Аэропорты, прежде не имевшие межконтинентального сообщения (например, Гамбург), сейчас увеличили количество таких рейсов.

В следующие 10 лет стоит ожидать еще большего развития. Новый авиалайнер A380 с большой вместимостью, который позволяет узловым аэропортам эффективно использовать перегруженные воздушные трассы и уменьшать стоимость пассажирского места на маршрутах, пользующихся немалой популярностью, а также маршрутах между авиаузлами, будет использоваться более широко[28]. Новая технология двигателей крупных региональных реактивных самолетов (например, Bombardier CS-100) улучшит конкурентоспособность регионального реактивного самолета по отношению к традиционному узкофюзеляжному судну. Bombardier CS-100 с турбовентиляторным двигателем редукторной передачи способен произвести существенные изменения на 100-130-кресельных рынках. Он имеет большую вместимость с той же стоимостью полетного времени, как у современных лайнеров на 90 посадочных мест, при этом стоимость пассажирского места будет равна стоимости места в A319/737-600. Подобным образом Boeing 787/A350 улучшит рентабельность межконтинентальных рейсов из второстепенных европейских аэропортов, а также увеличит объем услуг для новых межконтинентальных рынков из имеющихся европейских аэропортов стыковки внутренних и международных рейсов. Дальнейшая либерализация (увеличение числа соглашений о воздушном сообщении) является, предпосылкой для использования новых технологий на рынке дальнемагистральных перевозок, особенно в региональных аэропортах, прежде исключенных из двусторонних соглашений.

Источник: Copenhagen Economics

3.2 Способность к изменению выбора аэропорта

Выбор не имеет значения, если им нельзя воспользоваться. Авиакомпании должны быть готовы сократить объем деятельности в аэропорту, чтобы ограничить поведение аэропортов. Изменения в составе прямых перевозчиков и сетевых перевозчиков увеличили способность авиакомпаний делать выбор в пользу других аэропортов.

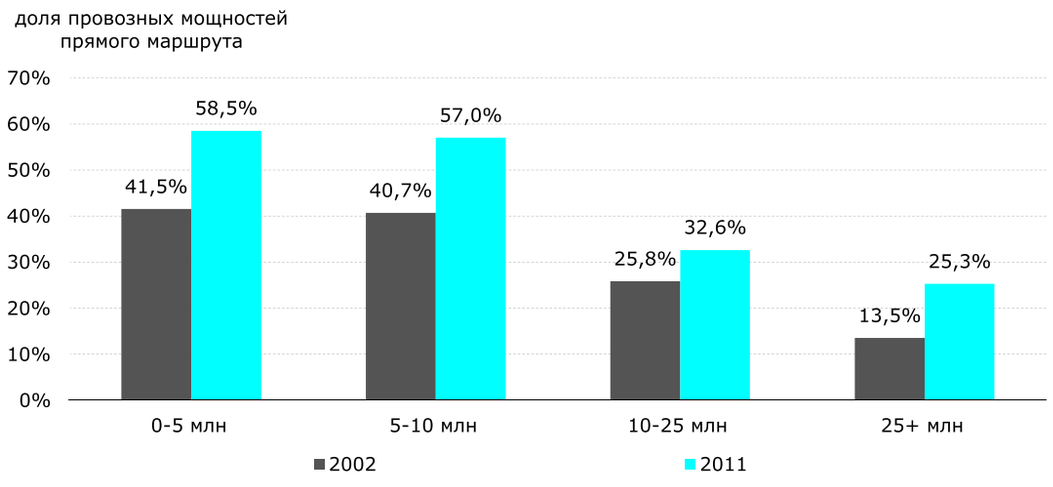
Изменение состава авиакомпаний разного типа

С 2002 по 2010 гг. перевозчики прямых маршрутов увеличили свою долю провозных мощностей на внутриевропейских маршрутах с 27% до 41%[29]. Благодаря этому перевозчики прямых маршрутов получили почти 60% внутриевропейской провозной мощности в малых и средних аэропортах, см. рис. 3.1.

[28] Авиакомпания «Emirates», например, заказала 90 самолетов Boeing A380, см. заказы и поставки аэробусов за 2011 г., сайт Airbus. Многие из них, вероятно, будут обслуживать маршруты в Европу и из нее.

[29] Данные основаны на классификации перевозчиков, в зависимости от того, обслуживают ли они веерную сеть маршрутов, как указано в техническом приложении.

Рисунок 3.1. Доля провозных мощностей прямых перевозчиков в аэропортах



Примечание: на рисунке в цифровом выражении показана общая доля прямых перевозчиков в аэропортах разного размера в 2002 и 2010 гг. Размеры аэропортов классифицированы согласно фактическому общему количеству пассажиров в 2002 и 2010 гг. с использованием данных Международного совета аэропортов.

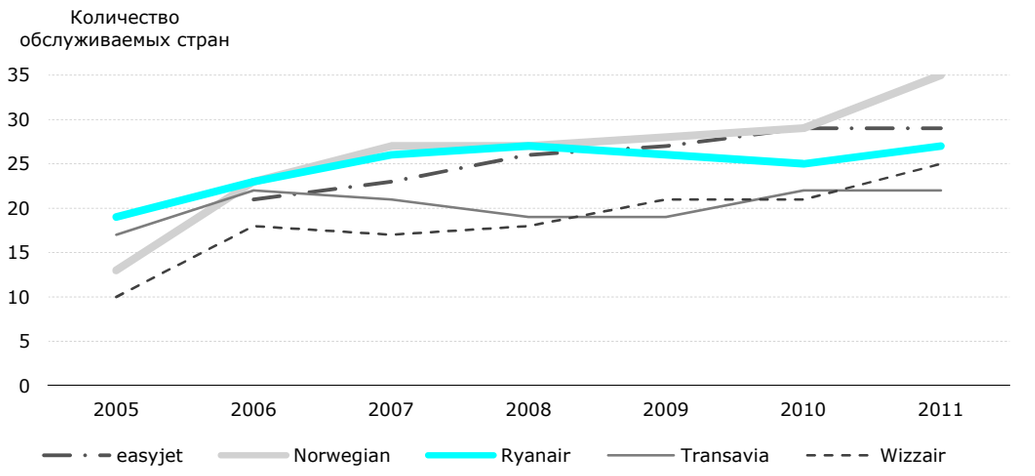
Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research; основано на данных OAG и количестве пассажиров аэропортов согласно данным Международного совета аэропортов.

Прямые перевозчики стараются ориентироваться на стоимость и, не осуществляя деятельность по хабовой модели, могут более активно менять свою сеть маршрутов в ответ на изменение возможностей получения прибыли. Ввиду увеличения ими своей доли рынка большая доля потребителей услуг аэропортов может менять направления перемещения между аэропортами.

Перевозчики прямых маршрутов

Недавний рост количества прямых перевозчиков дал толчок развитию настоящих общеевропейских перевозчиков с сетями, дающими огромный выбор возможностей базирования и направления перевозок своего авиапарка. Это развитие показано на рис. 3.2, который отражает количество стран, обслуживаемых выбранными перевозчиками по прямым маршрутам. В 2005 г. выбранные перевозчики обслуживали маршруты между 10 и 19 странами, в 2011 г. — между 22 и 35 странами.

Рисунок 3.2. Количество стран, обслуживаемых выбранными прямыми перевозчиками, 2005-2011 гг.



Примечание: данные за январь 2005 г. и июнь всех последующих лет. Источник: все цифры взяты с сайта Европейской ассоциации низкобюджетных авиакомпаний (European Low Fares Airline Association, сокр. ELFAA) http://www.elfaa.com/statistics.htm.

Среди прямых перевозчиков возник целый ряд различных моделей. Клопхаус и соавт.[30] различают 4 типа бизнес-моделей, а именно:

- чистый низкотарифный перевозчик (например, Ryanair);
- перевозчик смешанного типа с доминированием характеристик низкотарифного перевозчика (например, EasyJet);
- перевозчик смешанного типа с доминированием характеристик авиакомпании с полным циклом обслуживания (например, Norwegian);
- авиакомпания с полным циклом обслуживания.

Приведенная характеристика основывается на перечне критериев низкотарифного перевозчика, согласно которым «чистые низкотарифные» перевозчики соответствуют всем или почти всем критериям, в то время как «авиакомпании с полным циклом обслуживания» соответствуют только нескольким[31]. «Чистые низкотарифные» компании имеют, к примеру, в высокой степени однородный парк, широко используют второстепенные аэропорты, выполняют только прямые перевозки без совместного использования кодов и без излишеств на рейсах.

Помимо предложения продукта, прямые перевозчики отличаются гибкостью своих бизнес-моделей. Все они опираются на гибкость места базирования собственных активов в своей бизнес-модели. Об этом часто заявляется открыто; см. Статью 3.2.

[30] Клопхаус и соавт., «Низкотарифные перевозчики становятся смешанными: подтверждение из Европы», *Journal of Air Transport Management* 23 (2012). - С. 54-58.

[31] Данная характеристика также выделяет серую зону при различении базовых перевозчиков узловых аэропортов и прямых перевозчиков. Некоторые перевозчики имеют черты как прямых перевозчиков, так и базовых перевозчиков узловых аэропортов. В нашем анализе Air Berlin, например, характеризуется как хабовая авиакомпания, но она также имеет черты прямого перевозчика.

Статья 3.2. Цитаты прямых перевозчиков об изменении направлений

Ryanair
«В центре нашей философии гибкости [...] стоит наше право перемещать провозные мощности и людей между базами, и мы будем продолжать делать это».
(цитата из выступления генерального директора Майкла О'Лири)

easyJet
«Одной из сильных сторон EasyJet является гибкость в размещении активов; мы можем и будем перемещать провозные мощности в пределах нашей сети, чтобы убедиться в том, что мы получаем максимально возможные доходы от наших инвестиций».
(цитата из ежегодного отчета EasyJet за 2009 г.)

«Базовое местонахождение постоянно пересматривается. Например, мы увеличили количество провозных мощностей, базирующихся в Италии, с 3 до 16 с 2006 г. и во Франции с 11 до 14 в последние 12 месяцев. В то же время мы сократили провозные мощности на экономически неэффективных базах, таких как Лутон».
(цитата из ежегодного отчета EasyJet за 2009 г.)

Wizzair
«Wizzair находится в постоянном процессе переговоров по установлению сети операций в большем количестве аэропортов, чтобы предоставить низкотарифный авиатранспорт для Центральной и Восточной Европы».
(цитата с сайта Wizzair, апрель 2012 г.)

Примечание: первые 3 цитаты взяты из материалов аэропорта Гатвик «Конкуренция аэропортов: конкурировать, чтобы расти и стать лидирующим аэропортом Лондона. Первоначальные сведения из аэропорта Гатвик для вклада в исследование OAG о конкуренции между аэропортами», http://www.caa.co.uk/docs/5/GatwickSubmissionOnCompetition05122011.pdf
Последняя цитата взята из http://wizzair.com/about_us/company_information/?language=EN.

Хабовые перевозчики
Основные базовые перевозчики узловых аэропортов, предлагающие воздушные перевозки как малой, так и большой протяженности, оказались под растущим конкурентным давлением, в частности, со стороны прямых перевозчиков. В результате они вынуждены оптимизировать стоимость и эффективность, что можно делать разными способами.

Во-первых, многие хабовые перевозчики ищут возможность непосредственного сокращения расходов, например, через уменьшение зарплат, сокращение количества рабочих мест, использование временных бригад рабочих и изменение частоты вылетов на маршрут или самих маршрутов. Во-вторых, некоторые базовые перевозчики узловых аэропортов запустили свои собственные низкотарифные дочерние компании; например, низкотарифное подразделение Iberia — Iberia Express — появилось в марте 2012 г.[32] В-третьих, некоторые хабовые перевозчики начали конкурировать с низкотарифными перевозчиками путем запуска дешевых маршрутов малой протяженности из второстепенных авиаузлов, например, маршрутов Lufthansa из Дюссельдорфа и Гамбурга[33]. Еще один пример — открытие региональных баз Air France в Марселе, Тулузе, Бордо и Ницце в начале 2012 г.

Такие решения — изменение направлений маршрутов, инициативы по снижению тарифов и использованию второстепенных авиаузлов/региональных баз — означают увеличение тенденции со стороны хабовых перевозчиков к принятию гибких решений относительно «старого» режима с эксклюзивными авиаузлами и незначительным количеством альтернативных низкотарифных перелетов.

[32] Iberia Express была запущена 25 марта 2012 г. Она делит объем рейсов с Iberia, но будет работать под другим кодовым названием ИАТА (I2 вместо IB). Некоторые маршруты Iberia Express заменили маршруты Iberia, в то время как другие маршруты являются либо новыми, либо действуют параллельно с маршрутами Iberia.
[33] См., например, http://www.dw.de/dw/article/0,,1801220,00.html.

Даже в бизнесе базовых сетей ожидается рост потенциала стратегического выбора, особенно в случаях, когда базовые перевозчики узловых аэропортов имеют несколько аэропортов базирования. Хабовые перевозчики, учитывая их сетевую структуру и сложившиеся связи с определенной страной, не станут такими же независимыми, как перевозчики прямых маршрутов, но развитие рынка и структуры собственности создает определенную степень независимости, что делает возможным перемещение провозных мощностей, которые отсутствовали даже несколько лет назад.

3.3 Фактическое изменение выбора аэропорта

Данные о фактическом изменении выбора аэропорта показывают, что ежегодно открывается и закрывается большое и все время растущее количество маршрутов. В то время как многие из изменений маршрутов скорее будут отражать эксперименты с разными маршрутами, а не рыночное взаимодействие между авиакомпаниями и аэропортами, на самом деле они указывают на степень гибкости, в настоящее время характерную для моделей авиакомпаний, и степень ее использования. Фактическое изменение выбора аэропорта не должно рассматриваться как фактор, оказывающий давление на аэропорты — угрозы изменения направлений достаточно. Однако частое фактическое изменение выбора аэропорта делает его угрозу смены выбора вероятной. Изменение выбора, очевидно, использовалось в прошлом для сдерживания аэропортов (или их местных партнеров) при существенном несогласии авиакомпании с их стилем управления, тарифами или услугами; см. Статью 3.3.

Статья 3.3. Пример изменения выбора аэропорта авиакомпанией

В мае 2012 г. Ryanair объявила о намерении закрыть все маршруты на Кос и Родос вследствие несогласия с маркетинговой кампанией. По словам Ryanair, местный мэр и ассоциация развития не выполнили условия соглашения с Ryanair о совместной маркетинговой кампании для рекламы летних маршрутов Ryanair по двум греческим направлениям. Компания Ryanair ранее обслуживала 82 еженедельных рейса на Кос и Родос. По подсчетам Ryanair, компания потеряла на данных рейсах более 23000 туристов и свыше 18 миллионов долларов США доходов от туризма на островах Кос и Родос.

Примечание: пресс-релиз Ryanair от 17.05.2012 г. «Ryanair закрывает все рейсы на Родос и Кос с октября 2012 г. ввиду отказа Министерства туризма от промоутерского соглашения», http://www.ryanair.com/en/news/ryanaircuts-all-rhodes-and-kos-flights-from-october-2012-as-ministry-of-tourism-reneges-on-promotion-agreement.

В 2011 г. было открыто и закрыто приблизительно на 500 маршрутов авиакомпаний больше, чем в 2002 г. В настоящее время в год открывается примерно 2500 маршрутов авиакомпаний, в то время как примерно 2000 закрывается, и это означает, что открытие новых маршрутов соответствует примерно 20% от их общего количества, при этом примерно 15% существующих маршрутов ежегодно закрывается.

Факт изменения выбора аэропорта также очевиден в случае закрытия или снижения категории авиаузлов и аэропортов базирования.

Общие данные об изменении выбора аэропортов за последние 10 лет
Количественный анализ в главе основан, главным образом, на наборе данных OAG. Он описан в Статье 3.4.

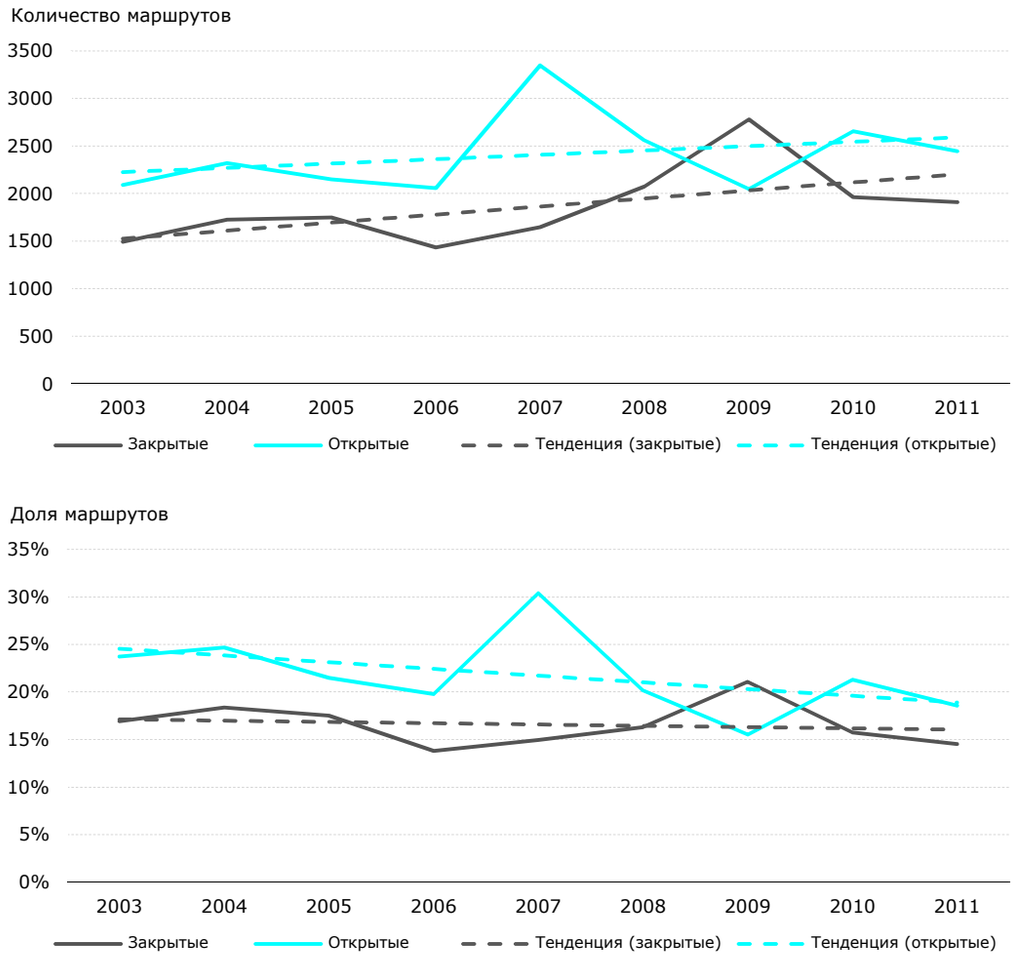
Статья 3.4. Данные и определения открытия и закрытия

Набор данных, использованных в настоящем исследовании, содержит ежегодную информацию обо всех перевозчиках, пунктах вылета и назначения, частоте рейсов и количестве посадочных мест для всех регулярных внутриевропейских маршрутов в период с 2002 по 2011 гг. Этот набор данных не включает сведения о нерегулярных и дополнительных перевозках в пределах Европы. Чтобы отсеять искажения от данных редких рейсов, в настоящий анализ включены только маршруты, по которым осуществляется не менее 50 ежегодных вылетов. Во всем анализе значение закрытий (открытий) в год E определяется согласно маршруту, который существовал (не существовал) в год T-1, но не существовал (существовал) в год T.

Примечание: полное описание набора данных приведено в техническом приложении.
Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research.

Данные показывают, что в год открывается значительно больше маршрутов, чем закрывается, как можно было бы ожидать на растущем рынке. В относительном выражении, однако, доля открытых маршрутов к общему числу маршрутов уменьшилась примерно на 5 процентных пунктов в год относительно 2002 г., тогда как доля закрытых маршрутов осталась относительно неизменной. Эта тенденция отражает медленный рост рынка в недавние годы. Указанные изменения показаны на рис. 3.3.

Рисунок 3.3. Количество и доля маршрутов, открытых и закрытых в 2002-2012 гг.



Примечание: данные показывают общее количество и долю внутриевропейских регулярных маршрутов, открытых и закрытых в 2002-2010 гг. Тенденции обозначены в виде линейных тенденций за период.
Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

В течение рассматриваемого периода большое количество открытий вызвало устойчивый рост числа маршрутов и общего количества предлагаемых провозных мощностей. В 2011 г. было предложено на 54% больше маршрутов и на 41% больше провозных мощностей, чем в 2002 г. Лишь в 2009 г. провозные мощности и количество маршрутов имели спад вследствие финансового кризиса, см. рис. 3.4.

Рисунок 3.4 Развитие маршрутов и провозных мощностей, 2002-2011



Примечание: общее количество внутриевропейских регулярных маршрутов показано на левой оси координат, а общее количество посадочных мест — на правой.

Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

В течение этого периода большой процент маршрутов обслуживался одним перевозчиком. Маршруты с одним перевозчиком составляли 70% от общего количества маршрутов в 2002 г. и 74% в 2011 г. Рост показателей за период говорит об увеличении выхода на рынок и использовании региональных аэропортов, которые создали условия для предложения многих новых (уникальных) маршрутов.

Это означает, что аэропорты все больше конкурируют за открытие новых маршрутов, а не просто за существующие маршруты на одно и то же направление. Однако такие уникальные маршруты делают аэропорты более уязвимыми к изменению выбора авиакомпаниями. Большой процент аэропортов теряет направление и весь свой пассажиропоток, если авиакомпания отказывается от такого маршрута.

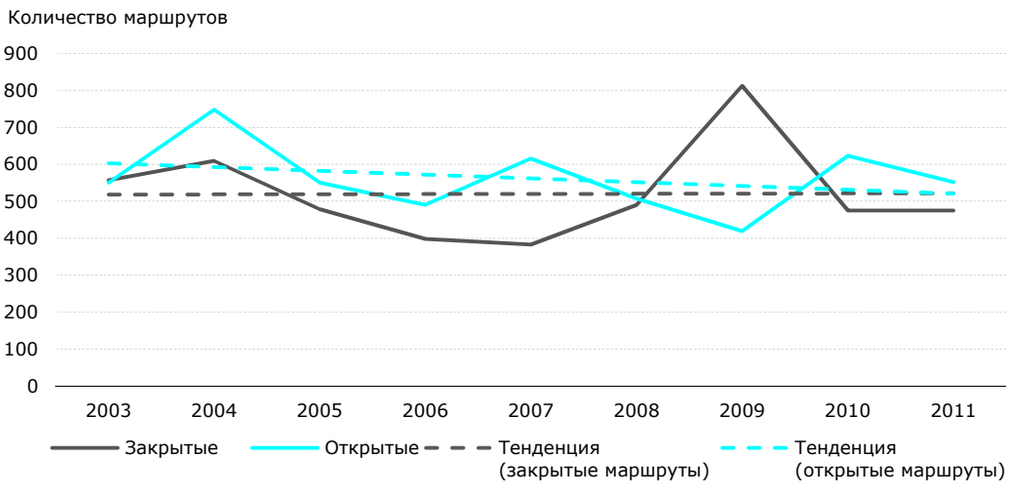
Как абсолютные, так и относительные изменения в моделях изменения выбора аэропортов легче объяснить, если проанализировать отдельно хабовых перевозчиков и прямых перевозчиков, поскольку их пути развития очень различаются.

Перевозчики узловых аэропортов

Перевозчики узловых аэропортов находятся под давлением со стороны прямых перевозчиков[34], что привело лишь к незначительному увеличению количества маршрутов, предложенных в течение 2002-2011 гг. Поэтому значительный рост провозных мощностей в 2002-2011 гг., описанный выше, нельзя отнести на счет перевозчиков узловых аэропортов; см. рис. 3.5.

[34] Европейские перевозчики узловых аэропортов также столкнулись с возросшей межконтинентальной конкуренцией со стороны авиаузлов Ближнего Востока и США. Ввиду того, что настоящая глава посвящена внутриевропейскому трафику, мы далее не будем освещать данный вопрос в этой статье.

Рисунок 3.5 Открытие и закрытие маршрутов перевозчиками узловых аэропортов, 2002-2011



Примечание: данные показывают общее количество и долю внутриевропейских регулярных маршрутов, открытых и закрытых в 2002-2010 гг. Тенденции представлены в линейном виде за период.

Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

С 2000 г. также произошло закрытие ряда авиаузлов. Такое сокращение их количества, вызванное банкротством или разукрупнением/реструктуризацией (см. Таблицу 3.1), говорит о давлении в этот период на перевозчиков узловых аэропортов. В то время как уменьшение количества авиаузлов обусловлено скорее экономической необходимостью, а не стратегическим выбором, уменьшение количества авиаузлов или операций на авиаузел является угрозой, которая может быть использована при переговорах с аэропортами. Финансовые трудности перевозчиков узловых аэропортов могут, таким образом, составлять реальную угрозу для многих аэропортов — если условия не улучшатся, авиакомпания может отказаться от части провозных мощностей или сократить пользование ресурсами аэропорта[35].

[35] Исследование множества сокращений количества авиаузлов в ЕС и США показывает, что аэропорты, потерявшие авиаузел, в среднем допускают уменьшение перевозок на 20% через пять лет; см. Редонди, Р. (2009), «Сокращение авиаузлов обратимо?», Airneth Workshop, Гаага, 22 сентября 2009 г.

Таблица 3.1 Сокращение количества авиаузлов в Европе с 2000 г.

Аэропорт	Авиакомпания	Год	Причина
Лондон Гатвик	British Airways	2000	Разукрупнение/реструктуризация
Базель	Swissair	2001	Банкротство
Брюссель	Sabena	2001	Банкротство и возобновление работы
Женева	Swissair	2001	Банкротство
Цюрих	Swissair	2001	Банкротство и возобновление работы
Ницца	Air Littoral	2001	Банкротство
Бирмингем	British Airways	2003	Разукрупнение/реструктуризация
Клермон-Ферран	Air France	2004	Разукрупнение/реструктуризация
Глазго	British Airways	2006	Разукрупнение/реструктуризация
Барселона	Iberia	2007	Разукрупнение/реструктуризация
Милан-Мальпенса	Alitalia	2008	Разукрупнение/реструктуризация
Афины	Olympic Airlines	2009	Банкротство и возобновление работы
Манчестер	British Midland	2009	Разукрупнение
Барселона	Spanair*	2012	Банкротство
Будапешт	Malev	2012	Банкротство

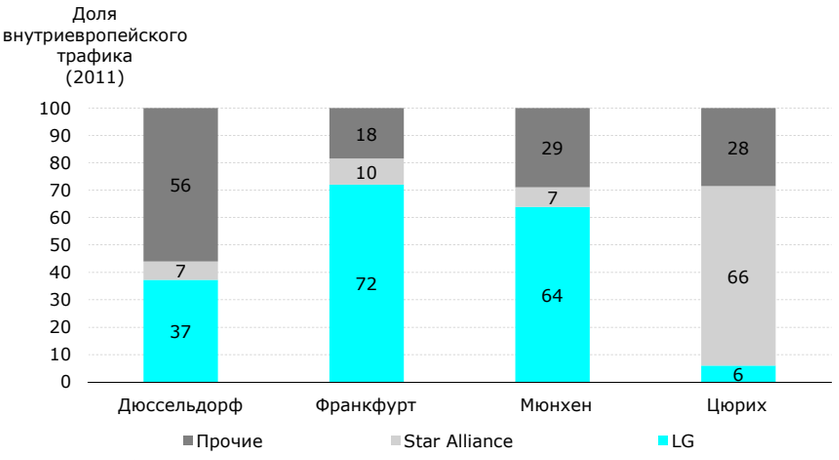
Примечание: * Компания Spanair прекратила операции в Барселоне даже несмотря на то, что этот аэропорт не был авиаузлом в традиционном смысле.

Источник: SEO Economic Research и Redondi (2009).

Для перевозчиков узловых аэропортов сокращение количества авиаузлов — не единственный способ оказания давления на узловые аэропорты. Узловой перевозчик может открыть больше авиаузлов и принять более долгосрочную стратегию размещения дополнительных провозных мощностей в узловом аэропорту, который наилучшим образом подходит для его нужд. Такую динамику может продемонстрировать случай Lufthansa, авиакомпании с множеством авиаузлов, рассмотренный в Статье 3.5.

Статья 3.5 Пример конкуренции нескольких авиаузлов

Lufthansa (LH) в настоящее время имеет четыре авиаузла: аэропорты Франкфурта, Мюнхена, Цюриха и Дюссельдорфа[36]. Франкфурт и Мюнхен — самые крупные авиаузлы LH, в которых авиакомпания имела 72% и 64% своего внутриевропейского трафика соответственно в 2011 г. Аэропорт Цюриха имеет другую структуру авиаузла с очень незначительной долей LH и большой долей Star Alliance:



Аэропорт Франкфурт — основной авиаузел авиакомпании Lufthansa. Франкфурт - несомненно, наиболее загруженный аэропорт Германии, пассажиропоток которого в 2011 г. составил 56,4 млн пассажиров. Тесное сотрудничество с авиакомпанией Lufthansa продолжается много лет и привело, среди прочего, к созданию эксклюзивной зоны LH в Терминале 1, Терминала LH первого класса, базы технического обслуживания Airbus A380 для обслуживания нового парка A380, принадлежащего LH, во Франкфурте, и расширению Терминала 1 по требованию LH. Аэропорт Франкфурта продолжает расширяться, отстраивая новый Терминал 3, открытие которого намечено на 2016 г., с максимальной вместимостью 25 млн пассажиров. Согласно текущим планам, почти достроенный Терминал 3 будет, прежде всего, обслуживать прямые маршруты.

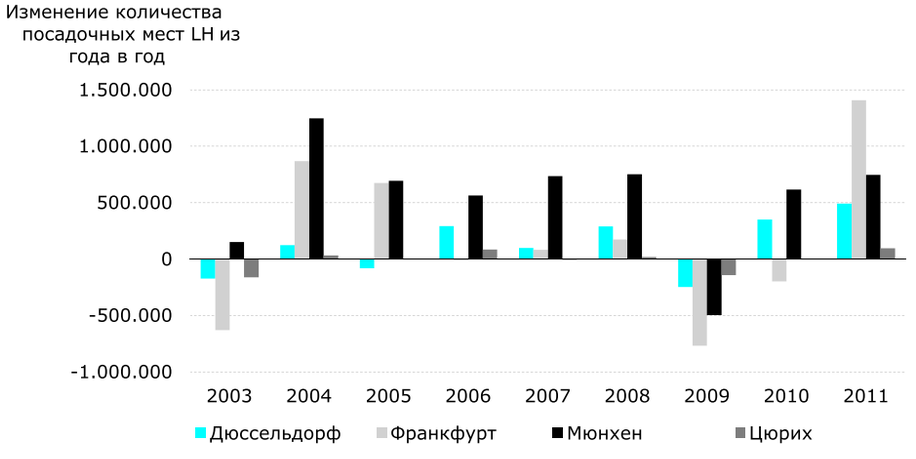
Аэропорт Мюнхена стал авиаузлом авиакомпании Lufthansa в июне 2003 г. после значительного капиталовложения в новый терминал. 1,3 млрд евро было потрачено на новый Терминал 2, используемый исключительно членами Star Alliance. Терминал был построен совместным с Lufthansa предприятием (которое владеет 40% Терминала 2). Авиакомпания Lufthansa вела переговоры со многими аэропортами относительно нового авиаузла. Мюнхен гарантировал выполнение требований Lufthansa, включая 25-миллионную вместимость, минимальное время стыковки 35 минут, современную инфраструктуру, расположение залов ожиданий и т. д. Терминал был спроектирован таким образом, чтобы удовлетворить всем подробно описанным требованиям Lufthansa.

«Гонка» предложений лучших условий и объектов. Авиаузлы конкурируют за перевозки, предлагая инфраструктуру в соответствии с требованиями заказчика. Один из авиаузлов описывает этот процесс как гонку предложений лучшей инфраструктуры для авиакомпании Lufthansa. Когда Мюнхен построил Терминал 2, Франкфурт отреагировал удлинением аэровокзальной посадочной галереи. Когда аэропорт Франкфурта построил 4-ю взлетно-посадочную полосу, Мюнхен приступил к выполнению планов строительства 3-й взлетно-посадочной полосы (проект находится в стадии выполнения). В настоящее время аэропорт Мюнхена ведет переговоры с авиакомпанией Lufthansa по предоставлению лучших условий и объектов. Все аэропорты постоянно осуществляют мониторинг ряда ключевых показателей эффективности (КПЭ), согласно которым они конкурируют: время стыковки, количество неотправленного багажа, задержки прибывающих и вылетающих рейсов, обслуживание в зимний период и т. д. Для авиакомпании Lufthansa и партнеров самым важным вопросом является качество, но затраты также остаются в центре внимания.

36 Согласно данным авиакомпании Lufthansa, см. http://www.lufthansa.com/us/en/Our-hubs-in-Frankfurt-Munich-and-Zurich. Следует обратить внимание на факт, что для грузового подразделения Люфтганзы - Lufthansa Cargo - Франкфурт, Мюнхен и Вена являются авиаузлами, см. http://lufthansa-cargo.com/index.php?id=706.

Мюнхен, Франкфурт и Цюрих осуществляют мониторинг изменений затрат других авиаузлов и следят за тем, чтобы любое увеличение затрат не лишило их конкурентоспособности. Затраты, однако, рассматриваются как часть долгосрочной стратегии. Например, Франкфурт подчеркивает, что изменение затрат в будущие годы главным образом ориентировано на необходимость рефинансирования программы развития. В настоящее время увеличение затрат составляет 2-3% в год. В ответ на конкуренцию с Франкфуртом за трафик авиакомпании Lufthansa аэропорт Мюнхена постепенно увеличил долю переменных затрат.

Авиаузлы наиболее жестко конкурируют за новый трафик. Когда авиакомпания Lufthansa рассматривает новый маршрут, это выводит его в зону конкуренции между рядом соответствующих аэропортов, которые должны сделать предложение для получения маршрута. Lufthansa, в свою очередь, учитывает соотношение между маршрутами в аэропортах (например, потребность в нужном количестве фидерных маршрутов для дальних перевозок). Авиакомпания Lufthansa сама ведет переговоры о привлечении фидерных маршрутов от партнеров Star Alliance в свои авиаузлы. У аэропортов есть маркетинговые команды по изучению авиарынков, которые проводят анализ рыночных условий и маркетинговых инициатив. Поскольку Lufthansa и партнеры Star Alliance имеют существенную долю трафика во всех аэропортах, для привлечения LH прилагается больше проактивных усилий. Наши расчеты внутриевропейских провозных мощностей показывают, что лучше всего привлекать трафик LH в большинстве случаев удавалось Мюнхену. Однако именно за счет Франкфурта трафик Lufthansa максимально вырос в 2011 г., чему способствовало появление у LH новой взлетно-посадочной полосы и нового парка A380.



Берлин скоро станет еще одним конкурирующим авиаузлом LH. LH объявила о создании нового авиаузла в аэропорту Берлин-Бранденбург им. Вилли Брандта после открытия аэропорта. Кампания по раскрутке авиаузла будет внушительной: 15 A320 с базированием в Берлине, 30 новых маршрутов с первого дня и заявленные 630 млн долларов инвестиций LH в новое оборудование и объекты инфраструктуры.

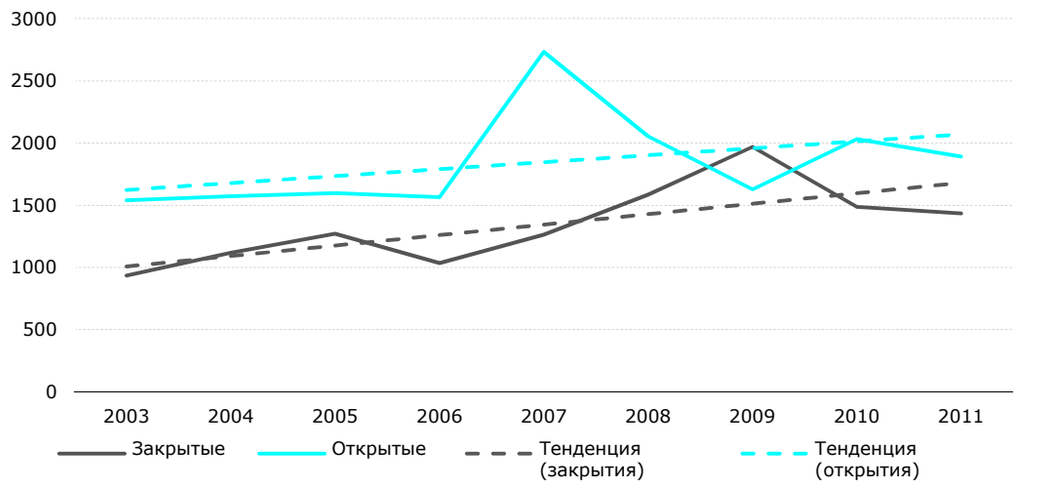
Примечание: указанные цифры основаны на данных OAG о провозных мощностях для регулярных внутриевропейских рейсов.

Источник: интервью с руководством аэропортов Мюнхена и Франкфурта, сайт с расписаниями маршрутов Routes Online (http://www.routesonline.com/news/36/the-hub/131918/lufthansa-announcesmajor- growth-at-berlin/) и расчеты Copenhagen Economics и SEO Economic Research на основании данных OAG.

Прямые перевозчики

Несмотря на увеличение абсолютного количества измененных маршрутов, относительная их доля за данный период не увеличилась[37]. Это связано, главным образом, с ростом зрелости рынка. Многие прямые перевозчики, которые изначально имели темпы роста более 50% в год, например, German Wings, Norwegian и Ryanair, сейчас укоренились на рынке. Они уже не показывают тех же темпов изменения своего выбора направлений, которые были им свойственны на начальной стадии роста, но остаются очень независимыми.

Рисунок 3.6 Открытие и закрытие маршрутов прямыми перевозчиками, 2002-2011



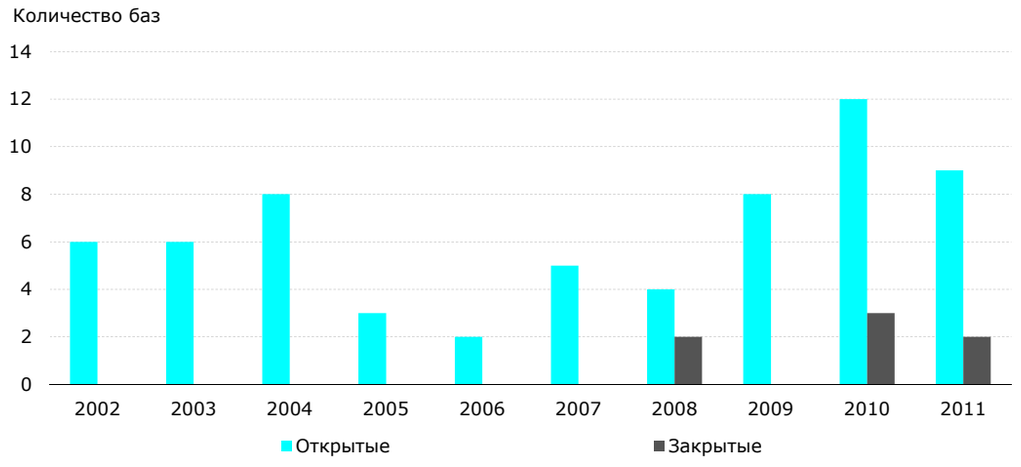
Примечание: данные показывают общее количество и долю внутриевропейских регулярных маршрутов, которые были открыты и закрыты в 2002-2010 гг. Тенденции представлены в линейном виде за период.

Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

Прямые перевозчики также проявляли активность в изменении баз. На рис. 3.7 ниже показаны открытия и закрытия баз трех крупнейших прямых перевозчиков Европы. Видно, что после периода значительного роста, включая повсеместное открытие баз вплоть до 2007 г., прямые перевозчики также начали закрывать базы, начиная с 2008 г.

[37] Т.е. количество измененных маршрутов и общее количество маршрутов увеличились, но соотношение «измененные маршруты/общее количество маршрутов» осталось в целом неизменным.

Рисунок 3.7 Открытие и закрытие баз авиакомпаний Ryanair, EasyJet и Wizzair, 2002-2011 гг.



Примечание: перечень открытых и закрытых баз трех авиакомпаний представлен в техническом приложении.
Источник: SEO Economic Research.

Закрытия баз происходили в период, когда другие базы открывались. Для прямых перевозчиков закрытие базы часто является стратегическим выбором, который отражает более высокую прибыльность или финансовую и маркетинговую поддержку в других аэропортах. Ярким примером служит закрытие авиакомпанией Ryanair своей базы в Валенсии в 2008 г. вследствие разногласий по финансированию местного маркетинга. Когда местный министр по туризму в 2010 г. пообещал предоставить Ryanair маркетинговую поддержку, Ryanair снова открыла базу в Валенсии. Еще одним примером является уход авиакомпании EasyJet из Дортмунда в 2008 г. Сочетание жесткого графика работы, ослабление спроса и повышение затрат на топливо заставило EasyJet закрыть базу в 2008 г., всего лишь через четыре года после ее открытия[38].

Способность прямых перевозчиков влиять на свои базовые аэропорты не ограничивается открытиями или закрытиями без наличия альтернатив. Их гибкость обусловлена регулированием количества провозных мощностей на базе[39]. Склонность прямых перевозчиков иметь базы во многих странах увеличивает возможности перераспределения провозных мощностей между такими базами. Например, авиакомпания Ryanair сократила полеты в Великобританию на 16% зимой 2010 г. из-за авиационного налога Великобритании. Ryanair объявила, что она «перенаправит базирующиеся в Лондоне провозные мощности на другие европейские базы, где правительства отменили туристические налоги и сократили пассажирские сборы»[40]. Еще одним примером является решение Wizzair в апреле 2011 г. переместить Airbus A320 из аэропорта Клаж-Напока в аэропорт Трансильвания в Тыргу-Муреше в ответ на новые аэропортовые сборы[41].

[38] http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=a2iY22DquGLk <http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=a2iY22DquGLk>

[39] Кроме того, гибкость работы авиакомпаний увеличивается через аренду провозных мощностей. Чем более гибкими для авиакомпании являются условия соглашения аренды (или чем больше провозных мощностей арендовано авиакомпанией), тем большую гибкость она проявляет, когда дело касается перенаправления/закрытия.

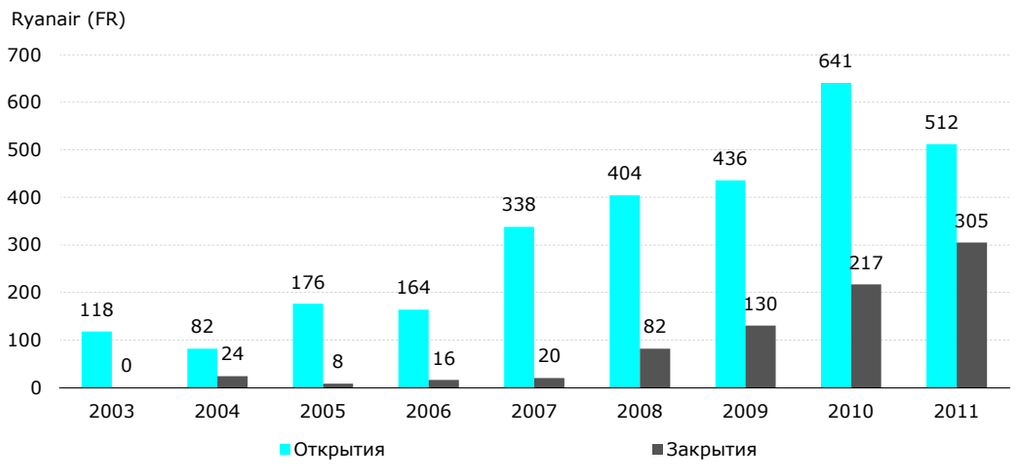
[40] Пресс-релиз Ryanair от 29.06.2010 г., «Ryanair сокращает провозные мощности в Великобритании в зимний период на 16%», см. http://www.ryanair.com/en/news/ryanair-cuts-uk-winter-capacity-by-16-percent.

[41] Пресс-релиз Wizz Air от 14.04.2011, «Wizz Air сокращает деятельность в Клаж-Напока и переносит рейсы в Тыргу-Муреш», см. http:// wizzair.com/about_us/news/#wizen076.

Ryanair оказалась самой независимой авиакомпанией. Это объясняется, прежде всего, ее ростом. С 2002 по 2011 гг. Ryanair увеличила объем своих внутриевропейских провозных мощностей на 342%. Если за основу измерений взять внутриевропейские провозные мощности, то Ryanair в настоящее время является самым крупным единым перевозчиком, обслуживающим 11% всех провозных мощностей и 16% всех маршрутов[42].

В 2010 и 2011 гг. Ryanair открывала более 500 маршрутов в год (см. рис. 3.8). Для сравнения: EasyJet в рассматриваемый период никогда не открывала более 160 маршрутов за год.

Рисунок 3.8 Открытия и закрытия маршрутов, 2003-2011

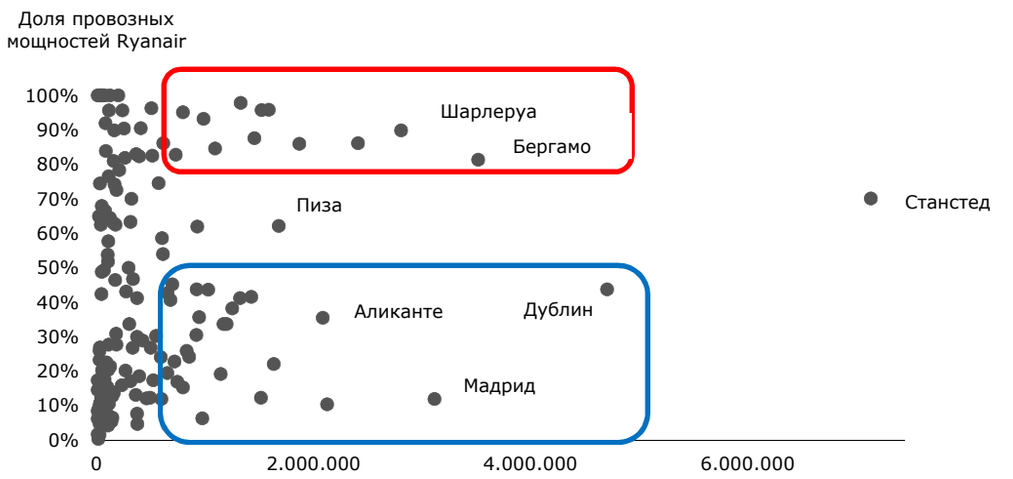


Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research,
VHа основании данных OAG.

[42] См. Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

Развитие Ryanair разделило аэропорты, обслуживаемые компанией, на две группы. Первая группа охватывает небольшие и средние аэропорты, где на долю Ryanair приходится подавляющая часть перевозок (красная рамка на рис. ниже). Эти аэропорты зависят почти исключительно от присутствия Ryanair, а Ryanair оказывается в выгодном положении для использования преимущественной позиции в отношении этих аэропортов. Вторая группа аэропортов охватывает более крупные, обычно главные, городские аэропорты, где на долю Ryanair приходится меньшая часть перевозок (синяя рамка на рис. ниже). Эти аэропорты, по-видимому, сталкиваются с проблемой наилучшего размещения прямых перевозчиков, таких как Ryanair, и узловых перевозчиков. Указанные две группы показаны на рис. 3.9.

Рисунок 3.9 Доля провозных мощностей Ryanair в аэропортах, 2011



Примечание: данные показывают количество посадочных мест на регулярных внутриевропейских вылетах Ryanair по сравнению с эквивалентными общими провозными мощностями (долями) Ryanair в каждом европейском аэропорту, где Ryanair присутствовала в 2011 г.

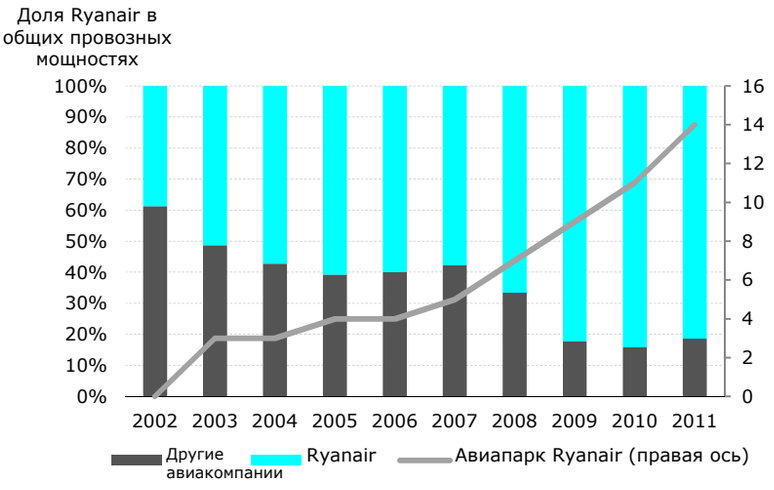
Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

Примером типичного аэропорта Ryanair первой группы, где на долю авиакомпании приходится большая часть трафика, является аэропорт Милан-Бергамо, описание которого приведено ниже, в Статье 3.6.

Статья 3.6 Пример позиции на рынке доминирующих низкотарифных перевозчиков и конкуренции между аэропортами в одной и той же зоне охвата

Аэропорт Караваджо в Бергамо Орио-аль-Серио (BGY), расположенный в 45 км от центра Милана, является четвертым по загруженности аэропортом Италии в отношении ежегодного пассажирооборота (7,7 млн пассажиров в 2010 г.). В этом районе есть много других аэропортов, в частности, Милан-Мальпенса (19,0 млн пассажиров) и Линате (8,3 млн) в районе Милана, а также аэропорт Вероны (3,4 млн пассажиров) в районе Вероны.

BGY служит базой для Ryanair с 2003 г.; за это время в нем произошло увеличение доли посадочных мест Ryanair примерно с 40% в 2002 г. до 80% в 2011 г. В течение этого периода Ryanair неуклонно увеличивала количество единиц авиатранспорта, базировавшихся в BGY, с 0 в 2002 г. до 14 в 2011 г.



Жесткие первоначальные переговоры с Ryanair. Неизменной целью Ryanair является поиск способов снижения расходов; это означает, что переговоры с перевозчиком (в т. ч. переговоры с BGY) могут стать жесткими. После масштабных переговоров авиакомпания Ryanair начала осуществлять рейсы из аэропорта в 2002 г. и изъявила желание создать базу в 2003 г. Аэропорт BGY решил, что проще вести переговоры о базе, чем делать упор на договоренности с Ryanair. Переговоры между Ryanair и BGY в настоящее время ведутся в отношении каждой отдельной ситуации при необходимости обновления условий контракта или изменения обычных методов работы Ryanair. Присутствие Ryanair в аэропорту способствовало его развитию, поскольку увеличивало привлекательность BGY для других авиакомпаний. Это заставило BGY развивать инфраструктуру аэропорта. Авиакомпании обычно не принимают участия в развитии инфраструктуры, но аэропорт знает потребности своих самых крупных заказчиков и принимает их во внимание. Будучи потенциалом и источником развития, BGY воспринимает большой объем перевозок Ryanair как достойный внимания. Как и для любого другого аэропорта с большой долей рейсов одной авиакомпании, ситуация, несомненно, имеет свои преимущества и недостатки.

Различие в переговорах с разными перевозчиками становится минимальным. Перевозчики узловых аэропортов сегодня на переговорах гораздо чаще обсуждают затраты, чем 10 лет назад. BGY объясняет такое изменение тем, что перевозчики узловых аэропортов переняли тактику от прямых перевозчиков и теперь имеют более жесткие требования к услугам, гарантиям и стимулированию маркетинга. На переговорах авиакомпании часто не скрывают, что ведут переговоры также с другими аэропортами.

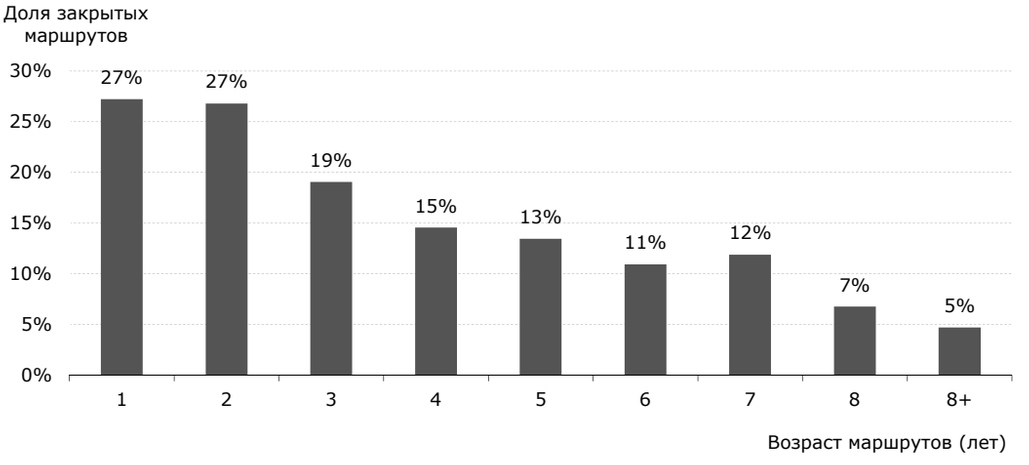
BGY ведет жесткую конкурентную борьбу с близлежащими аэропортами. Милан-Мальпенса, Линате и Верона (другой конечный пункт Ryanair) географически являются ближайшими конкурентами BGY, но для аэропорта также существует угроза конкуренции с аэропортами других городов, которые могут предложить Ryanair хорошее сочетание потенциальных возможностей рынка и сборов. Это не обязательно должны быть другие региональные аэропорты, но вполне могут быть аэропорты больших городов, например, Будапешта или Барселоны. В Италии аэропортовый сбор определяется правительством. Это исключает гибкость конкуренции с другими аэропортами в сфере сборов. Вместо этого BGY старается выдвинуть на первый план потенциальные возможности рынка в районе Милана и особые характеристики терминалов BGY (качественно новые терминалы, короткое время подготовки транспорта к повторному вылету и время ожидания такси). В то же время аэропорт старается проявлять гибкость, например, в отношении маркетинговых возможностей, когда пытается привлечь новые маршруты/авиакомпании.

Примечание: существует определенная сезонность в количестве провозных мощностей в течение года. Цифры в тексте ссылаются на максимальное количество мощностей, базирующихся в Бергамо в течение года.

Источник: интервью с руководством аэропорта Бергамо.

Перенаправление провозных мощностей с учетом давности создания маршрута. Наблюдаемое перенаправление провозных мощностей включает нормальный процесс экспериментирования с новыми маршрутами. Некоторые быстро окажутся нерентабельными и в связи с этим будут отменены. Поэтому на рис. 3.10 показаны маршруты, открытые в течение последних двух лет, вероятность закрытия которых в пять раз выше, чем маршрутов, существующих уже более восьми лет. Однако эти цифры также показывают уровень оттока в категории 3-7 лет, подчеркивая степень, в которой прямые перевозчики готовы ставить под сомнение необходимость даже прочно установившихся маршрутов.

Рисунок 3.10 Закрытия с учетом давности маршрута, 2002-2011 гг.



Примечание: количество наблюдений отличается в зависимости от возраста маршрута. За представленные восемь лет можно наблюдать, был ли маршрут, открытый в прошлом году, закрыт в следующем, а именно в период с 2004 по 2011 гг. Однако в данных представлен только один год, за который можно наблюдать, был ли закрыт маршрут, открытый в течение более восьми лет (2011). Данные показывают долю закрытых маршрутов в ходе всех наблюдений за все годы.

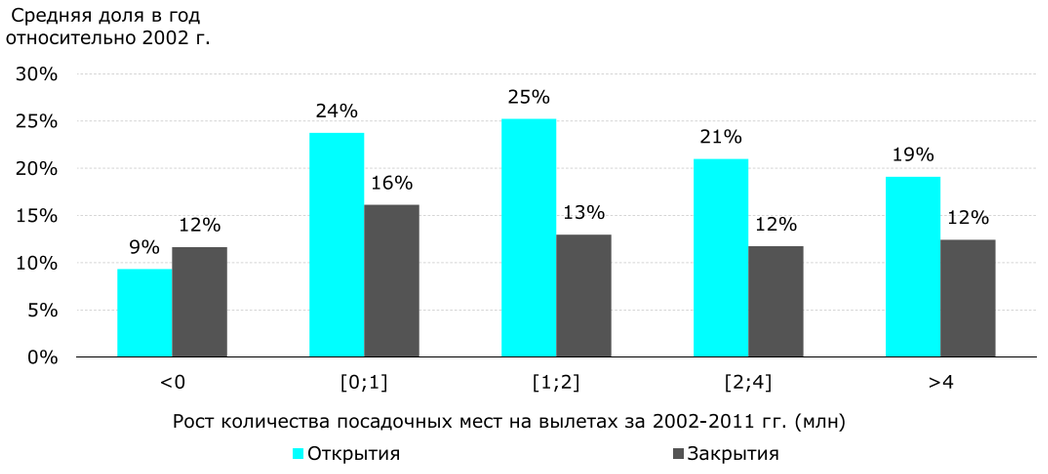
Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

Анализ перенаправления провозных мощностей по размеру аэропорта и согласно данным о росте

Анализ перенаправления провозных мощностей по типу аэропорта говорит о том, что такое перенаправление потенциально может влиять на аэропорты всех размеров. Оно не ограничивается только небольшими аэропортами или аэропортами с особенно высокими темпами роста. В этом разделе рассматривается ряд маршрутов, предлагаемых аэропортами. Маршрут, предлагаемый многими авиакомпаниями, с позиции аэропорта считается одним маршрутом.

Дифференциация аэропортов по темпам роста указывает на подверженность всех развивающихся аэропортов значительному переключению маршрутов; при этом существенный рост можно получить благодаря увеличению провозных мощностей на существующие маршруты, а также путем привлечения новых маршрутов.

Рисунок 3.11 Открытия и закрытия аэропортов по категориям их развития, 2002-2011

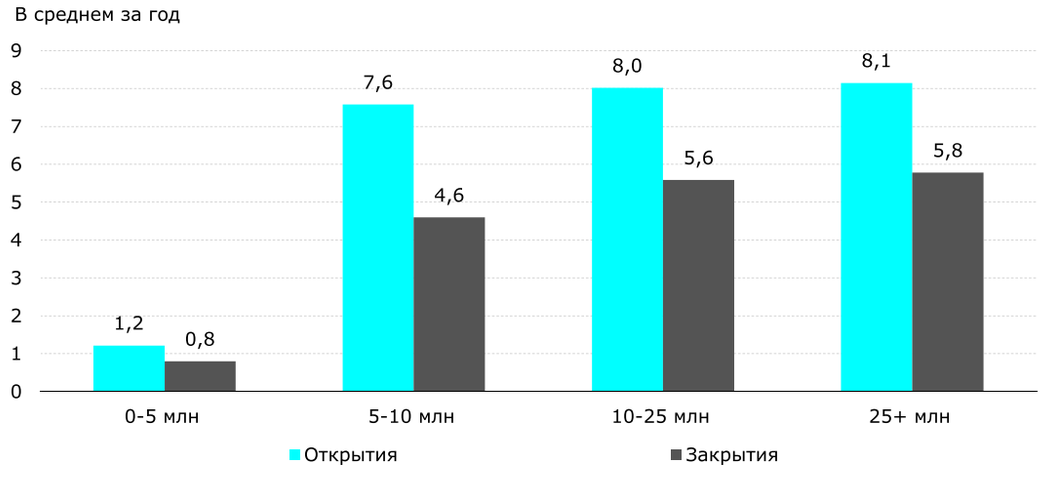


Примечание: аэропорты распределены по категориям согласно количеству посадочных мест на внутриевропейских вылетах за данный год. Процент рассчитан согласно количеству маршрутов в 2002 г.

Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

Дифференциация аэропортов по размеру указывает на то, что количество открытых и закрытых маршрутов в аэропорту почти одинаково для всех аэропортов, кроме самых мелких (менее 5 млн пассажиров в год), см. рис. 3.12. В относительном выражении число перенаправлений провозных мощностей уменьшается в зависимости от размера аэропорта. В небольших аэропортах (0-5 млн пассажиров) открытие новых уникальных маршрутов соответствовало 20% их маршрутов в год, цифра для крупных аэропортов (более 25 млн пассажиров) была меньше, но все же внушительной - 8%.

Рисунок 3.12 Открытия и закрытия согласно размерам аэропортов, 2002-2011 гг.



Примечание: аэропорты распределены по категориям согласно количеству пассажиров за предыдущий год, в соответствии с категориями Международного совета аэропортов. Среднее значение рассчитано как среднее количество открытий/закрытий всех аэропортов согласно их размеру в предыдущий год, за период 2003-2011 гг.

Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

Замещение провозных мощностей авиакомпании

Наблюдаемое перенаправление провозных мощностей является эффективным индикатором возможности конкурентного давления, но не его подтверждением. Если при закрытии маршрута взамен предоставляются эквивалентные услуги, аэропорт может относительно не претерпевать потерь. Однако на практике замещение не может быть того же качества, что и у первоначальной авиакомпании, особенно в первые годы, когда наращивается предложение услуг. Авиакомпания может, например, использовать суда меньшего размера, иметь более низкий коэффициент загрузки, или ее пассажиры могут вносить меньший вклад в доходы от розничной продажи. Поэтому даже замещенные услуги могут негативно повлиять на прибыльность аэропорта. И это тем более очевидно, когда замещение услуг не происходит и аэропорт страдает от общего уменьшения объема трафика в результате перенаправления провозных мощностей.

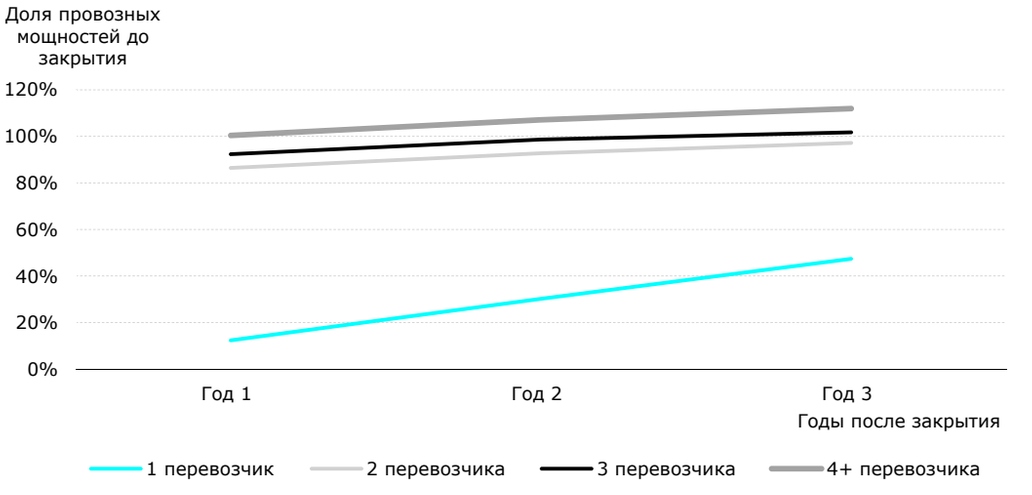
Чтобы проанализировать, до какой степени аэропорты сталкиваются с убытками вследствие закрытия маршрута, мы рассмотрели «изолированные закрытия», т. е. закрытия маршрутов, в отношении которых не производилось других закрытий за два года до или после закрытия. Задачей рассмотрения изолированных закрытий является выделение маршрутов, на которых можно наблюдать влияние закрытия без «помех» от других закрытий. Всего в период с 2004 по 2009 гг. было произведено 6298 таких закрытий[43]. В выборке представлены данные о закрытиях разных типов, включая небольшие и крупные аэропорты, малых и крупных перевозчиков, а также маршруты, которые обслуживают от одного до шести перевозчиков. Ниже будет рассмотрена ситуация с общими провозными мощностями на маршрут до и после его закрытия одним из перевозчиков[44].

[43] Учтены только закрытия, в отношении которых можно наблюдать эффект за два года до и два года после закрытия, что исключает из выборки закрытия в 2002-2003 гг. и 2010-2011 гг.

[44] Определить провозные мощности на маршруте до его закрытия сложно, поскольку мы располагаем только годовыми данными. Если перевозчик закрывает маршрут в марте 2004 г., общие провозные мощности на маршрут станут ниже уже в 2004 г., хотя годом закрытия считается 2005 г. (первый год с нулевым трафиком). Поэтому мы считаем максимальными провозными мощностями до закрытия провозные мощности за два года до него.

Общие провозные мощности, имеющиеся после закрытия, в значительной степени зависят от количества перевозчиков, обслуживающих маршрут до закрытия. Что касается уникальных маршрутов, т. е. маршрутов, обслуживаемых только одним перевозчиком, через год после закрытия предлагается только 12% от провозных мощностей, имеющихся до закрытия. Что касается маршрутов, обслуживаемых двумя, тремя и четырьмя перевозчиками, цифры составляют соответственно 86%, 92% и 100%. В последующие годы наблюдается попытка наверстать упущенное, особенно в отношении прежде уникальных маршрутов, см. рис. 3.13.

Рисунок 3.13 Общее количество провозных мощностей на маршрут после закрытия



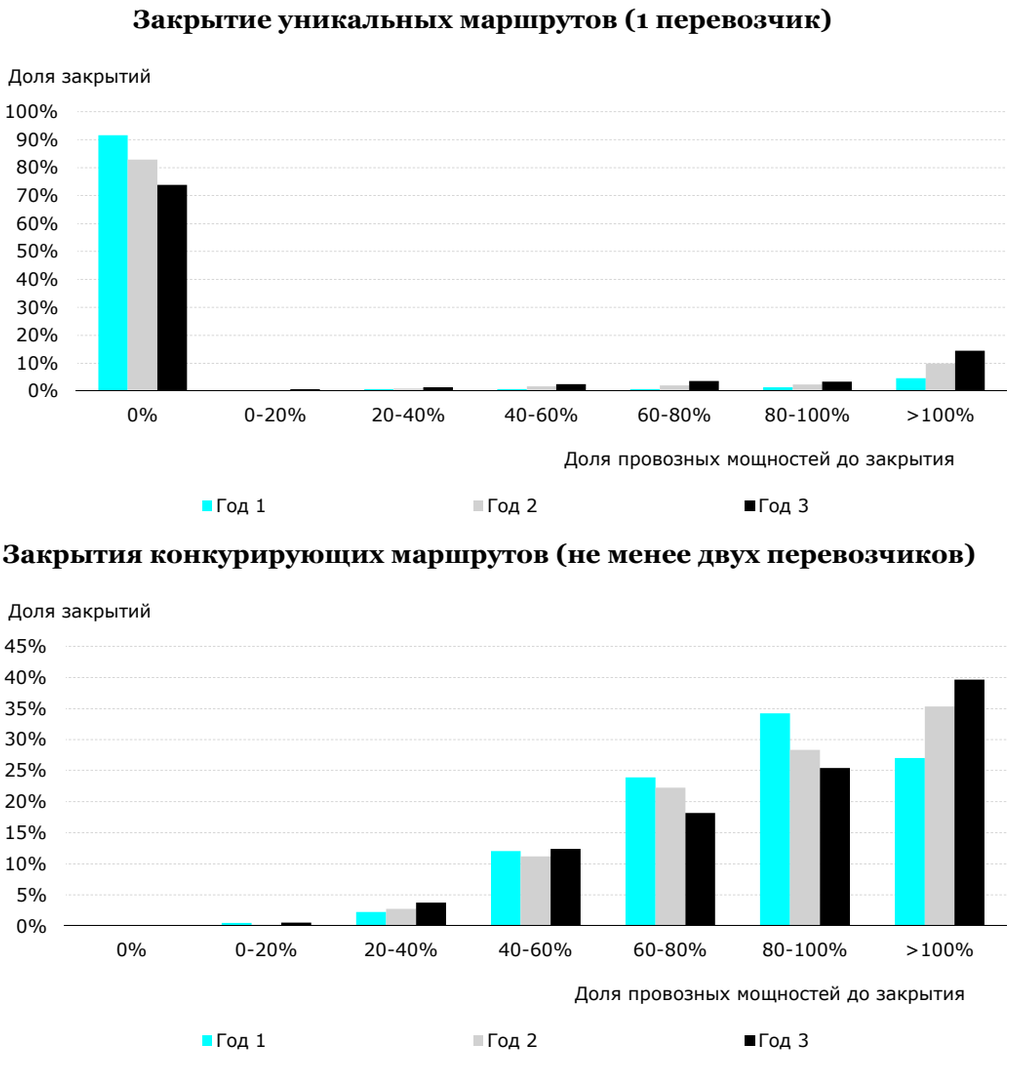
Примечание: данные показывают среднее число общих провозных мощностей на маршрут, т. е. совокупное количество посадочных мест, предложенных всеми перевозчиками, обслуживающими маршрут между одним и тем же начальным и конечным пунктом, относительно провозных мощностей, имеющихся до и после закрытия данного маршрута одним перевозчиком. Данная цифра включает все изолированные закрытия, т. е. все закрытия маршрутов, в отношении которых не производилось других закрытий за два года до и после закрытия, в период 2004-2009 гг. Провозные мощности до закрытия определяются как максимальные общие провозные мощности на маршрут за два года до закрытия.

Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

Данные показывают, что закрытие уникального маршрута наносит значительный ущерб аэропорту. Через три года после закрытия остается в среднем лишь 47% первоначальных провозных мощностей. Что касается конкурентных маршрутов, убытки все еще присутствуют на маршрутах, обслуживаемых менее чем четырьмя перевозчиками, но они уже гораздо меньше. Следует учитывать, что цифры являются заниженными, поскольку в промежуточный период наблюдался общий рост на рынке; это означает, что провозные мощности предположительно росли независимо от закрытия.

Более полная оценка влияния представлена на рис. 3.14. Более 90% закрытых уникальных маршрутов в год, следующий за закрытием, не обслуживаются. Более того, для таких маршрутов возможность наверстать упущенное ограничена; через три года после закрытия только 14% маршрутов восстановили свои провозные мощности, которые имелись до закрытия. Что касается маршрутов, обслуживаемых более чем одной авиакомпанией, первоначальная потеря провозных мощностей не такая большая и восстановление может произойти быстрее, но убыток все равно остается. Через три года после закрытия только 40% таких маршрутов возвращаются к уровню своих провозных мощностей до закрытия.

Рисунок 3.14 Распределение долей провозных мощностей, имеющихся до закрытия, после закрытия



Примечание: данные показывают распределение общих провозных мощностей на маршрут, т.е. общее количество посадочных мест, предложенных всеми перевозчиками, обслуживающими маршрут между одним и тем же начальным и конечным пунктом, относительно провозных мощностей, имеющихся до и после закрытия данного маршрута одним перевозчиком. Данная цифра включает все изолированные закрытия, т.е. все закрытия маршрутов, в отношении которых не производилось других закрытий за два года до и после закрытия, в период 2004-2009 гг. Провозные мощности до закрытия определяются как максимальные общие провозные мощности на маршрут за два года до его закрытия.

Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

3.4 Покупательная способность авиакомпаний

Наличие покупательной способности у авиакомпаний может усилить конкурентные ограничения на аэропорт. Покупательная способность обычно есть в случае, когда один или несколько покупателей имеют сильную позицию в переговорах со своими поставщиками, что может ограничить позицию поставщика на рынке.

Покупательная способность зачастую предупреждает конкуренцию, как было отмечено в недавнем исследовании покупательной способности: «В случае крупного аэропорта, если покупательной способности достаточно, соответствующие авиакомпании могут до известной степени противодействовать попытке аэропорта поднять цены. В свою очередь, это может означать, что регулятору не нужно вводить формальное регулирование цены аэропортовых сборов»[45].

Покупательная способность имеет ряд аспектов. Одним из важнейших является определение доли бизнеса поставщика (аэропорта), приходящейся на заказчика (авиакомпанию). Очевидно, что крупная авиакомпания находится в лучшей позиции для достижения покупательной способности, чем небольшая. Чем больший процент бизнеса аэропорта приходится на авиакомпанию, тем больше потенциальное влияние на доходы аэропорта в случае, если авиакомпания сокращает свои операции в аэропорту.

После изучения ситуации во всех аэропортах с пассажиропотоком более одного миллиона можно констатировать, что 84% аэропортов обслуживают авиакомпанию, которая охватывает более 40% провозных мощностей аэропорта, см. Таблицу 3.2. Данное соотношение гораздо меньше для авиакомпаний с долями более 60-80%. Вторая часть Таблицы 3.2 демонстрирует те же самые количественные показатели для всех внутриевропейских провозных мощностей, т. е. их общую долю, когда на одну авиакомпанию приходится более 40, 60 или 80% провозных мощностей отдельного аэропорта. И количество аэропортов, имеющих очень высокую зависимость от отдельных авиакомпаний, и доля общих провозных мощностей этих аэропортов с 2002 г. уменьшается. Количественные показатели также указывают на то, что высокая зависимость больше присуща более мелким аэропортам, поскольку количественные показатели доли всех аэропортов выше, чем количественные показатели доли всех провозных мощностей.

Таблица 3.2 Доля аэропортов и провозных мощностей для крупных авиакомпаний, 2002 и 2011 гг.

Провозные мощности самой крупной авиакомпании в аэропорту	Доля всего аэропорта		Доля всех провозных мощностей	
	2002	2011	2002	2011
Свыше 40%	91%	84%	80%	68%
Свыше 60%	69%	59%	35%	19%
Свыше 80%	50%	43%	6%	6%

Примечание: количественные показатели в таблице основаны на данных о трафике всех европейских аэропортов за два года (примерно 600 аэропортов). В Главе 6 представлен тот же показатель для 250 крупнейших аэропортов Европы по категории размера.

Источник: Copenhagen Economics и SEO Economic Research, на основании данных OAG.

Тем не менее большое количество аэропортов, по всей видимости, в значительной степени зависит от одного перевозчика. Мера, в которой такой перевозчик сможет воспользоваться потенциальной покупательной способностью, возникшей у него в сложившейся ситуации, зависит от того, имеется ли у него альтернатива данному аэропорту.

[45] Более подробная информация о наличии покупательной способности в секторе аэропортов изложена в Oxera (2012), «Покупательная способность и ее роль в регулировании транспортных секторов»; отчет подготовлен для Антимонопольного управления Нидерландов, NMa, 8 февраля 2012 г.

Следовательно, анализ покупательной способности можно провести только с учетом способности к перенаправлению провозных мощностей. Речь идет не просто об уменьшении количества операций, а об угрозе осуществить его в реальности.

Важность анализа, проведенного в данной главе, заключается в демонстрации гибкости бизнес-моделей авиакомпаний, особенно прямых перевозчиков, но также в большой степени и перевозчиков узловых аэропортов. Увеличивающаяся способность, а также склонность авиакомпаний переводить свои провозные мощности между аэропортами и большая часть наблюдаемого фактического переключения показывают, как потенциал покупательной способности в отрасли становится реальностью. Кроме того, представленные выше результаты по замещению провозных мощностей авиакомпаний показывают, что покупательная способность более всего присуща небольшим аэропортам, которые могут ставить на маршрут только одну авиакомпанию, и аэропортам, доминирующим в сфере уникальных маршрутов.

Следующее требование к покупательной способности заключается в том, что у продавца (аэропорта) должно быть мало сторонних альтернатив, либо они должны и вовсе отсутствовать. То есть, если авиакомпания решит привести свою угрозу в действие и уменьшить количество операций в аэропорту, это окажет негативное финансовое влияние на аэропорт. Фиксированные расходы, лежащие в основе бизнеса аэропорта, и его подверженность потере доходов и от авиационной деятельности, и от розничных продаж, делают его особенно уязвимым к убыткам при неспособности заместить выведенные провозные мощности путем привлечения сопоставимых провозных мощностей и пассажиров другой авиакомпании. Мы увидели, что аэропортам обычно сложно осуществить замещение «один к одному», когда маршрут закрыт с соответствующей потерей трафика, что обычно говорит об отсутствии сторонних альтернатив для всех маршрутов аэропорта. Ситуация также показывает потенциал покупательной способности в отрасли.

Существует также несколько действующих общих факторов, которые усиливают покупательную способность авиакомпании. Крупные прямые перевозчики не только стали более опытными в ведении переговоров с аэропортами. Благодаря разнообразию переговоров, которые они ведут, у них появится понимание конкурентной силы отдельных аэропортов, отсутствующее у аэропортов с меньшим количеством альтернатив[46]. В частности, более мелкие аэропорты не ведут переговоры с такой же частотой и не обладают той же информацией (или ее качеством) об условиях, которые перевозчики могут получить в другом аэропорту.

Вышеприведенные соображения устанавливают некоторые общие допущения как о потенциальной покупательной способности авиакомпании, так и о вероятном ее наличии в отношении многих аэропортов. Фактическое наличие и степень потенциальной покупательной способности будут зависеть от индивидуальных обстоятельств аэропорта, авиакомпании и обслуживаемых маршрутов.

В своих рекомендациях по оценке позиции на рынке Антимонопольное управление Великобритании (OFT) заявляет, что покупательная способность «чаще всего встречается в отраслях, где покупатели и поставщики ведут переговоры, и в этом случае покупательная способность может рассматриваться как степень конкурентной силы на переговорах»[47].

OFT также приводит четыре фактора, которые могут усиливать покупательную способность:

- покупатель хорошо информирован об альтернативных источниках услуг и может с готовностью и при незначительных для себя затратах переключить значительный объем своих возможностей с одного поставщика на другого, без ущерба своим потребностям;

[46] Подобным образом авиакомпании с множеством авиаузлов и баз могут использовать свой опыт переговоров с другим аэропортом при ведении переговоров с авиаузлом/базой.

[47] См. также OFT (2004).

- покупатель может начать предоставлять услуги самостоятельно или «спонсировать» новый выход на рынок другого поставщика (например, путем заключения долгосрочного контракта), относительно быстро и без значительных невосполнимых издержек;
- покупатель является важным каналом реализации для продавца (т. е. продавец будет готов предложить покупателю лучшие условия, чтобы сохранить возможность продажи этому покупателю);
- покупатель может усилить конкуренцию среди поставщиков путем назначения закупочного аукциона или покупок через конкурсный тендер (чем фактически занимается Ryanair).

Указанные факты говорят о том, что оценка покупательной способности должна обязательно проводиться индивидуально в каждом конкретном случае. Но, как показывает анализ, проведенный в настоящей главе, данные факты также определяют общие на данный момент черты европейского авиационного сектора и создают определенное предположение о том, что в основе многих отношений между авиакомпанией и аэропортом лежит покупательная способность авиакомпании.

Глава 4

Больше выбора для пассажиров

В предыдущей главе рассматривалось перенаправление провозных мощностей авиакомпаниями, а также было продемонстрировано, как авиакомпании становятся более независимыми. В данной главе речь пойдет о выборе пассажиров: мы покажем, как увеличился их выбор за последние 10 лет, и продемонстрируем, что большая часть пассажиров имеет реальный выбор между конкурирующими аэропортами.

Основные выводы

- **Большая степень географического перекрывания:** две трети (63%) граждан Европы проживают на расстоянии 2 часов езды не менее чем от 2 аэропортов. Это дает аэропортам значительный простор для конкуренции за пассажиров.
- **Больше выбора для местных пассажиров прямых рейсов:** с учетом фактического предложения, около 50% всех местных пассажиров, летающих из европейских аэропортов по внутриевропейским маршрутам, имеют на выбор более одной обоснованно привлекательной альтернативной замены, и этот выбор значительно вырос с 2002 г. Выбор для пассажиров, по сравнению с 2002 г., вырос во всех десяти крупнейших европейских аэропортах в 2011 г. В более мелких аэропортах выбор также увеличился. Кроме того, развитие высокоскоростных железных дорог увеличило доступ к аэропортам и конкуренцию между ними, расширив местные зоны охвата.
- **Больше выбора для пассажиров транзитных рейсов:** в период между 2002 и 2011 гг. доля транзитных пассажиров с реальной альтернативой пересадки увеличилась с 57% до 63%. Кроме того, выросла доля транзитных пассажиров, которые могут выбрать как минимум одну прямую альтернативу перелета, с 46% в 2002 г. до 50% в 2011 г.
- **Большая чувствительность пассажиров к ценам:** движимый низкими ценами на билеты и выросшим предложением новых маршрутов, туристический сегмент характеризуется самым высоким ростом трафика за последние 10-15 лет. Он более чувствителен к ценам и менее чувствителен ко времени по сравнению с бизнес-сегментом. В среднем, пассажиры-туристы как минимум вдвое более чувствительны к ценам и менее чем вполовину чувствительны ко времени по сравнению с пассажирами в деловых поездках.
- **Увеличение прозрачности рынка:** развитие Интернета коренным образом изменило способ распределения авиабилетов. Интернет позволяет потребителям быстро отслеживать рынок и сравнивать предложения разных поставщиков. Сегодня около 50% всех туристических билетов и 25% всех билетов бизнес-сегмента продаются онлайн. Эмпирические данные говорят о том, что пассажиры, бронирующие авиабилеты через Интернет, примерно в два раза более чувствительны к ценам, чем другие пассажиры.
- **Некоторые пассажиры заменяют одно направление другим:** с одного направления на другое готовы переключаться отдыхающие. Аэропорты Испании, например, могут конкурировать с аэропортами Греции и Италии.

В целом видно, что в 2011 г. пассажиры имели больший выбор аэропорта, чем в 2002 г. В связи со стремительным появлением новых маршрутов выбор теперь доступен большой доле пассажиров европейских аэропортов. Эти изменения одновременно проистекают из конкурентных отношений и стимулируют дальнейшую конкуренцию аэропортов за пассажиров и ее увеличение между направлениями.

В разделе 4.1 описана способность пассажиров менять выбор аэропортов. В разделе 4.2 приводится анализ склонности пассажиров к изменению выбора. В разделе 4.3 представлены имеющиеся доказательства фактического изменения выбора европейских пассажиров в течение последних 10 лет.

4.1 Способность к выбору

Способность пассажиров выбирать альтернативные аэропорты или другие средства передвижения становится причиной конкуренции аэропортов. В разных аэропортах способность к изменению выбора разная, но чем больше альтернатив и чем они лучше, тем больше интенсивность конкуренции в целом, поскольку аэропорты соперничают за заказчиков.

Типы выбора

Способностью к изменению выбора между аэропортами обладают как пассажиры прямых рейсов, так и транзитные пассажиры, но диапазон их возможностей отличается. Пассажиры прямых рейсов могут менять выбор разными способами.

- Пассажиры могут выбирать другие аэропорты в своем регионе вылета. Например, живущие в районе Брюсселя имеют несколько аэропортов на выбор в зависимости от места назначения.
- Пассажиры могут выбирать между аэропортами в регионе назначения. Например, прилетающие туристы, едущие в Лондон, могут рассматривать большинство из пяти лондонских аэропортов как хорошую альтернативу.
- Пассажиры могут принять решение заменить одно место назначения другим. Например, турист из Северной Европы может менять летние курорты, выбирая между Турцией или Испанией. Это может влиять на выбор аэропорта отправления, а также иметь последствия для аэропорта назначения.
- Пассажиры могут, и это особенно касается определенных типов маршрутов малой протяженности, заменить авиаперелет другим видом транспорта. Например, авиатранспорт из Брюсселя в Лондон конкурирует с поездами железнодорожной компании Eurostar.

Транзитные пассажиры обладают всеми указанными возможностями выбора, но также могут выбирать пути сообщения в разных узловых аэропортах[48].

Мы выполнили ряд количественных анализов, показывающих, как возможности выбора развивались на протяжении времени. Сначала представлены результаты по пассажирам прямых рейсов, а затем — по развитию возможностей переключения для транзитных пассажиров. Результаты показывают, что в 2011 г. пассажиры имели гораздо большую возможность выбора аэропорта, чем в 2002 г.

Пассажиры прямых рейсов

Существование альтернативных аэропортов, расположенных на разумном расстоянии, является одним из критериев выбора пассажиров. Близость аэропортов, несомненно, является источником конкуренции. Однако с точки зрения пассажира в настоящее время (в отличие от будущего) маршруты не перекрываются в той мере, которая позволила бы сделать эффективный выбор. Поэтому мы провели три отдельных анализа, в которых сравнили данные за 2011 г. с данными за 2002 г., чтобы подтвердить наметившуюся тенденцию увеличения выбора пассажиров.

Первый анализ оценивает потенциал конкуренции. Применяется стандартное предположение о том, что пассажиры прямых маршрутов могут менять выбор при условии присутствия в пределах «нормального времени езды» альтернативного аэропорта.

[48] Пассажиры-туристы могут также заменить свое путешествие другими видами досуга, которые не требуют полета на самолете, например, круизом на корабле из ближайшего порта. Пассажиры в деловых поездках могут переключиться на другой формат встреч, такой как видеоконференция.

Европейская комиссия[49] отмечает, что при принятии решения о выборе аэропорта в пределах зоны охвата главную роль играет не время, которое необходимо, чтобы добраться из аэропорта в город назначения, а разница во времени между переездом в город из одного аэропорта и другого аэропорта, которым можно заменить первый. Исходя из материалов опросников, разосланных в 43 соответствующих аэропорта и собирающих данные для компании Ryanair-Aer Lingus, Комиссия обнаружила, что «зона охвата», которую аэропорты предоставляют авиакомпаниям, составляет, как минимум, 100 км или 1 час езды. В большинстве случаев аэропорты утверждают, что их зона охвата иногда существенно превышает эти пределы.

Поэтому Комиссия считает, что 100 км или 1 час езды — это консервативная оценка типичной минимальной зоны охвата аэропорта. Следует заметить, что Комиссия использует «правило» 100 км/1 час только в виде первого «приблизительного расчета», а зоны охвата определяются в каждом конкретном случае. В своей оценке случая Ryanair-Aer Lingus Комиссия делает вывод, например, что аэропорты Франкфурт-на-Майне и Франкфурт/Хан являются частью одного и того же соответствующего рынка, даже несмотря на то, что Франкфурт/Хан находится в 85 минутах езды от центра Франкфурта[50]. Комиссия отмечает, что исследования, проведенные Управлением гражданской авиации (УГА) Великобритании, позволяют говорить о том, что зона охвата аэропортов в Великобритании простирается на более обширные расстояния, занимая до 2 часов езды[51]. Мы также отмечаем, что для пассажиров в деловых поездках один час может быть более приемлем, чем два часа. С другой стороны, для некоторых пассажиров-туристов приемлемым может быть и время более двух часов.

Исходя из установившейся практики как аэропортов, так и регулирующих органов Европейской комиссии, Комиссии по вопросам конкуренции и Управления гражданской авиации (две последних организации находятся в Великобритании), нами взят за основу радиус, равный двум часам езды.

Простое присутствие другого аэропорта в радиусе двух часов езды не может само по себе являться эффективным выбором для всех путешественников, поскольку аэропорты не могут предлагать одинаковые рейсы. Однако при появлении конкурирующих маршрутов присутствие потенциального конкурента может быть достаточным для оказания конкурентного давления на соседние аэропорты.

Второй анализ учитывает текущее перекрывание маршрутов между аэропортами. Когда альтернативные аэропорты с перекрывающимися зонами охвата предлагают маршруты в одно и то же место назначения, они находятся в лучшем положении для конкуренции за одних и тех же местных пассажиров вылетающих рейсов, создавая, таким образом, большее конкурентное ограничение друг для друга, чем при обусловленности перекрывания только географической близостью.

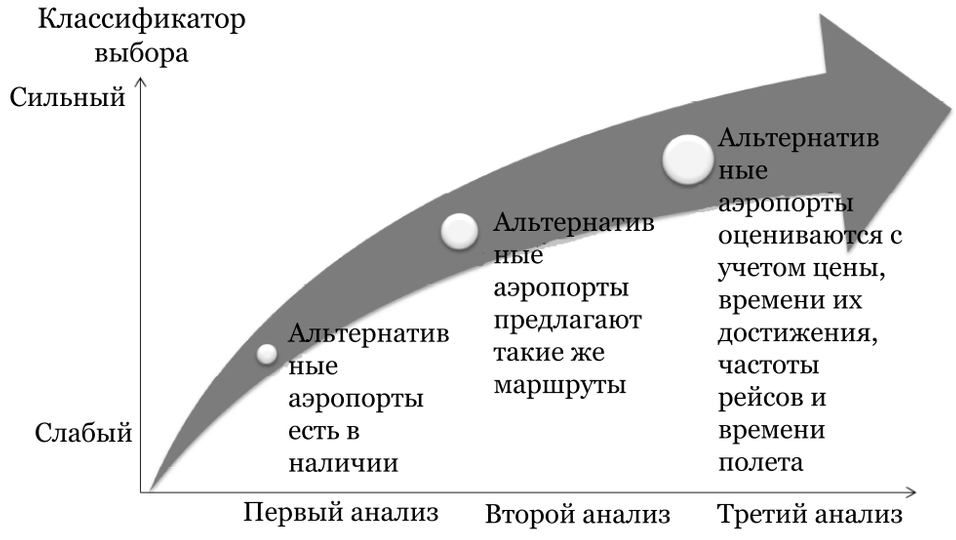
Наконец, третий анализ является наиболее всесторонним: он учитывает не только перекрывание маршрутов, но и сопоставимость предложений маршрутов в отношении цен на билеты, частоты рейсов и времени полета. Анализ дает срез данных о конкуренции в данный момент времени для существующих цен на авиабилеты, сетей маршрутов и частоты авиаперевозок. Упомянутые анализы обобщены на рисунке 4.1.

[49] См. Европейская комиссия M.4439: Ryanair/Air Lingus, стр. 22-24.

[50] См. Европейская комиссия M.4439: Ryanair/Air Lingus, стр. 53, параграф 211.

[51] См. УГА (2006): Обзор контроля цен аэропорта - первоначальные предложения для Хитроу, Гатвика, Станстеда.

Рисунок 4.1 Три анализа способности пассажиров прямых рейсов к изменению выбора



Источник: Copenhagen Economics

Следует сделать важную оговорку о том, что ни один из этих трех анализов, в основу расчета времени которых положена езда на автомобиле, не учитывает влияние развития высокоскоростных железных дорог на зоны охвата аэропорта. Как будет описано позже в настоящей главе, линии высокоскоростных железных дорог развиваются во многих частях Европы. В результате во многих случаях зоны охвата аэропорта расширяются, что очень важно для конкурентного давления, которое является частью всех трех анализов. Они также не учитывают того влияния, которое с течением времени оказывают основные усовершенствования дорог, поскольку они основаны на текущем состоянии дорожной сети, а не на ситуации 2002 г.

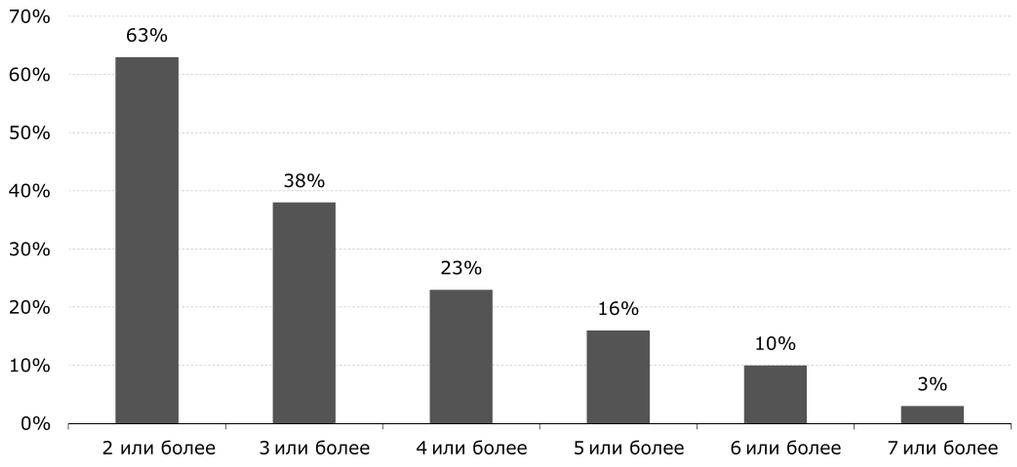
Географическое перекрывание

Первый анализ учитывает присутствие альтернативных аэропортов на расстоянии двух часов езды. Чтобы ограничить сравнение приблизительно одинаковыми на данный момент аэропортами, мы включили аэропорты с более чем 1 млн вылетающих пассажиров в год[52]. Это, вероятно, достаточно консервативная оценка, поскольку сегодняшние аэропорты с количеством пассажиров чуть менее 1 млн зачастую имеют потенциал роста до более внушительных размеров, часто в течение относительно небольшого периода времени.

Тем не менее данный анализ показывает значительный потенциал для конкуренции между аэропортами. А именно, что примерно две трети (63%) европейских граждан находятся в двух часах езды не менее чем от двух аэропортов. Более одной трети (38%) находится в зоне охвата трех аэропортов, а один из четырех граждан находится в двух часах езды от четырех и более аэропортов, см. рисунок 4.2.

[52] Следует заметить, что 1 млн пассажиров является разумно высоким порогом; при использовании более низкого порога выбор мог быть больше.

Рисунок 4.2 Количество аэропортов в радиусе двух часов езды



Примечание: данные основаны на количестве аэропортов с более чем 1 млн мест для вылетающих пассажиров в год, находящихся в радиусе двух часов езды.
Источник: анализ SEO.

Перекрывание маршрута

Второй анализ выходит за пределы потенциальной конкуренции, исходящей из географической близости альтернативных аэропортов, и оценивает, в какой мере альтернативные аэропорты предлагают рейсы, которые в текущий момент могут рассматриваться пассажирами в качестве замены[53].

Мы сравнили перекрывания маршрута, применимые к восьми крупным европейским аэропортам, выбранным по принципу присутствия нескольких аэропортов в двух часах езды. Мы сравниваем перекрывание для всех аэропортов, находящихся в двух часах езды, и повторяем анализ для 2002 и 2011 гг.[54] Степень перекрывания маршрута специально рассчитана как доля мест назначения, которые также предложены другим аэропортом, находящимся в радиусе двух часов езды.

Расстояние в два часа езды между двумя аэропортами косвенно подразумевает определенную степень географического перекрывания. Что касается географической зоны, перекрывание приближается к 40% общей зоны охвата, и, в зависимости от плотности населения, речь может так или иначе идти о доле населения в зоне перекрытия (39,1%); см. рис. 4.3. Необходимо отметить, что некоторые пассажиры будут находиться на расстоянии более двух часов езды от аэропорта, поэтому двухчасовой радиус не отражает полностью фактической конкуренции за пассажиров. В качестве консервативной оценки в анализе перекрывания маршрута применялось расстояние в два часа езды и подразумеваемые 39,1% географического перекрытия. Поскольку аэропорты не могут дифференцировать цены на площади перекрывания, конкуренция в зоне перекрывания (39,1%), как указывает Старки (2002), может вырасти в целом до 100%.

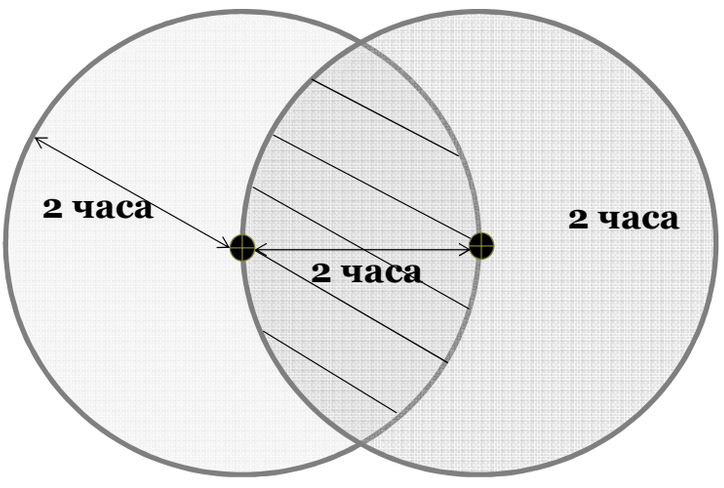
[53] Для некоторых пассажиров альтернативный аэропорт будет реальным выбором только при наличии в нем рейса в то же самое место назначения. Обычно это важно для пассажиров в деловых поездках, направляющихся на встречу, или пассажиров, навещающих друзей или родственников. Однако для пассажиров-туристов альтернативный аэропорт может быть реальным выбором даже при наличии в нем рейсов исключительно в другие места назначения. И ключевым вопросом здесь является туристическая привлекательность этих мест.

[54] Данный анализ охватывает аэропорты, находящиеся в двух часах езды от восьми аэропортов, выбранных таким образом, чтобы в их состав входили четыре крупных авиаузла, два аэропорта в больших зонах охвата с перекрываниями (BRU, DUS), один аэропорт с меньшими площадями перекрывания (MPX) и один аэропорт с небольшой областью перекрывания (FCO). Анализ устанавливает все аэропорты, расположенные в двух часах езды от указанных аэропортов. В результате получилось восемь разных составов аэропортов, охватывающих в целом 57 аэропортов, для которых мы проанализировали перекрывание маршрутов в 2002 и 2011 гг. Некоторые аэропорты, например, Эйндховен, подвержены конкурентному перекрытию от нескольких аэропортов; в нашем случае это аэропорты AMS и DUS.

Рисунок 4.3 Перекрывание зоны охвата двух аэропортов, находящихся на расстоянии двух часов езды друг от друга

Два аэропорта на расстоянии 2 часов езды:

Перекрывание = 39.1% площади круга



Примечание: площадь перекрывания (заштрихованную область), относящуюся к зоне охвата двух часов езды, можно математически рассчитать как 39,1%. Два аэропорта на расстоянии трех часов езды будут иметь площадь перекрывания 14,4%.

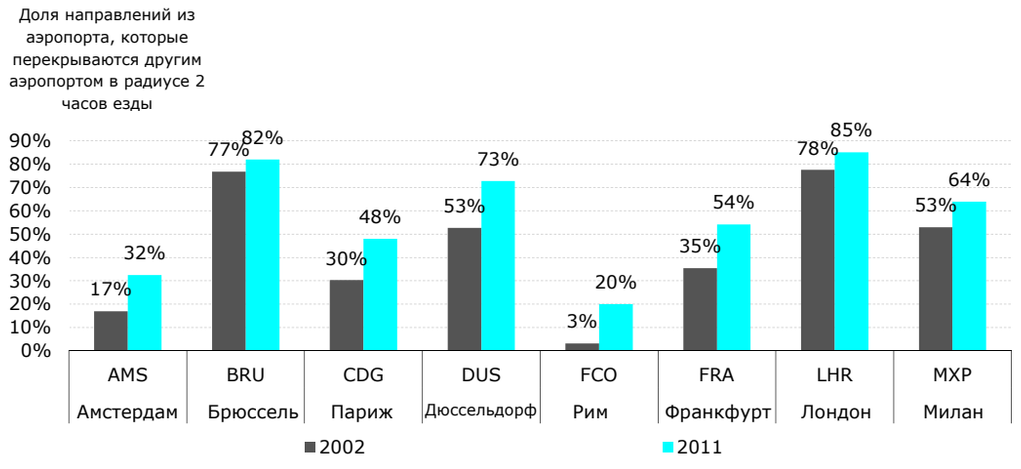
Источник: Copenhagen Economics

Данный анализ показывает значительную конкуренцию между аэропортами на основании перекрывания маршрута. В частности, он показывает, что перекрывание маршрута является высоким и что более 50% мест назначения, обслуживаемых крупным аэропортом, также обслуживаются из одного или более аэропорта вблизи него. Это справедливо для многих анализируемых аэропортов. Анализ также показывает, что перекрывание маршрутов с 2002 по 2011 гг. возросло для всех восьми аэропортов, см. рис. 4.4.

Степень перекрывания маршрутов отличается во всех восьми аэропортах[55]. Например, 82% европейских направлений, обслуживаемых из Брюсселя в 2011 г., также обслуживались одним или более аэропортами в двух часах езды, тогда как доля перекрывания парижского аэропорта Шарль-де-Голль составляла 48%, частично отражая то обстоятельство, что другие аэропорты Парижа гораздо меньше, см. рис. 4.4. На диаграмме показано перекрывание для крупнейшего аэропорта группы. Более мелкие аэропорты в каждом из регионов имеют более высокое перекрывание, некоторые даже 100%.

[55] Следует упомянуть, что результаты зависят от предположения о том, что перекрывающими считаются только аэропорты, которые находятся в двух часах езды. В случае более длинных расстояний степень перекрывания увеличивается. Например, в случае аэропорта Схипхол в Амстердаме очевидна большая чувствительность к предположению о двух часах езды, а процент перекрывания для Амстердама будет гораздо выше при незначительно более длительном времени езды, поскольку такое перекрывание будет включать аэропорты Брюсселя (2 часа 2 минуты езды) и Дюссельдорфа (2 часа 18 минут езды). Это иллюстрирует слабость метода «рисования кругов» для установления определенного расстояния в качестве ограничения для перекрывания.

Рисунок 4.4 Доля европейских направлений с перекрыванием в другом ближайшем аэропорту.



Примечание: анализ перекрывания маршрутов сделан для восьми аэропортов. Данные аэропорты выбраны таким образом, чтобы в их состав входили четыре крупных авиаузла, два аэропорта в больших зонах охвата с перекрываниями (BRU, DUS), один аэропорт с меньшими площадями перекрывания (MPX) и один аэропорт с небольшой областью перекрывания (FCO). Анализ устанавливает все аэропорты, расположенные в двух часах езды от этих аэропортов. В результате получилось восемь разных составов аэропортов с количеством аэропортов от 2 до 15 в каждом, охватывающих в целом 57 аэропортов, для которых мы проанализировали перекрывание маршрутов в 2002 и 2011 гг.

Источник: анализ SEO Economic Research.

Поскольку данный анализ ориентирован на выбор аэропортов, которые находятся главным образом в густонаселенных районах, они охватывают значительную часть европейских авиационных перевозок (22% всех пассажиров в 2010 г.). Анализ демонстрирует очевидную тенденцию к еще большему перекрыванию и, следовательно, к большей возможности выбора для пассажиров и конкуренции между аэропортами.

Очевидно, что на результаты оказал влияние выбор временного промежутка для езды на машине (два часа), который, согласно результатам нормативных исследований, превышает время, допустимое для людей в деловых поездках. С другой стороны, анализ может приуменьшить степень независимости, присущую, в частности, пассажирам-туристам. В то время как пассажиры в деловых поездках или пассажиры, навещающие друзей или родственников, будут в значительной мере ограничены местом назначения (хотя не обязательно аэропортом назначения), многие пассажиры-туристы могут рассматривать другие направления как альтернативные, что может увеличить выбор начального аэропорта поездки, доступного им; этот выбор будет включать другие аэропорты, помимо указанных в данном анализе перекрывания маршрутов. Кроме того, многие аэропорты из анализа выше хорошо связаны между собой высокоскоростной железной дорогой и имеют привязанные к ним станции высокоскоростной железной дороги (например, в Амстердаме и Париже). Поскольку анализ основан на времени поездки на машине, такой подход недооценивает зону охвата и, в связи с этим, перекрывание маршрута для этих аэропортов, поскольку сейчас пассажиры могут добраться до аэропорта в течение двух часов, если воспользуются железнодорожным сообщением вместо поездки в аэропорт на машине.

Перекрывание маршрута и качества

В третьем анализе использовано моделирование пассажирского выбора для отражения качества географического перекрывания и перекрывания маршрутов с учетом следующих элементов: расстояние, включая цену на билет (на местные направления), частоту рейсов и время в полете. Выполнены два отдельных анализа: один для местных вылетающих пассажиров на беспересадочные перелеты (т. н. рынок прямых маршрутов) и один для транзитных пассажиров на рейсы с одной промежуточной посадкой.

Анализ выбора пассажиров на местные направления (рынок прямых маршрутов)
Анализ местных направлений охватывает 250 важнейших европейских аэропортов, предоставляющих 98% всех предлагаемых посадочных мест; ниже представлены результаты для внутриевропейских поездок. В SEO Economic Research рассчитана доля посадочных мест, предлагаемых аэропортом, для каждого из аэропортов, имеющих как минимум одну «обоснованно привлекательную альтернативу», доступную также в другом аэропорту. При поиске доступной «обоснованно привлекательной альтернативы» индикатор качества определяется с учетом стоимости проезда до аэропорта и времени поездки от центра каждого выделенного региона до каждого аэропорта, частоты вылетов в значении количества еженедельных рейсов, осуществляемых авиакомпанией, и аэропорта назначения, времени в пути до такого места назначения и (предполагаемых) цен на билеты. Индикатор качества основывается на результатах, полученных согласно модели выбора пассажиров[57].

Анализ выбора пассажиров показывает, что в среднем около половины пассажиров местных вылетающих внутриевропейских рейсов имеют на выбор более одной обоснованно привлекательной замены. Этот анализ, разбитый на четыре категории МСА по размеру аэропорта[58], также подтверждает указанную ситуацию во всех размерных категориях и тенденцию улучшения возможности выбора европейских пассажиров. Он показывает, что доля пассажиров, имеющих выбор сопоставимых услуг от разных аэропортов, увеличивается.

Делая обзор аэропортов в 2011 г., мы обнаружили, что в одной категории аэропортов (более 25 млн пассажиров), представленной десятью крупнейшими аэропортами Европы, в среднем 44% пассажиров имеют «обоснованно привлекательную альтернативу».

Наблюдая за изменениями с течением времени в одной категории, мы отметили, что доля пассажиров, имеющих выбор, увеличилась в десяти крупнейших аэропортах Европы в среднем с 36% до 44%, и, хотя размер увеличения во всех аэропортах разный, тенденция увеличения выбора затронула все 10 аэропортов данной категории.

Что касается трех других категорий аэропортов, средний процент пассажиров, имеющих выбор, в них еще выше, а самая высокая доля (57%) приходится на категории 3 и 4. Мы видим, что индикатор выбора увеличивается во всех категориях, отражая общие улучшения в предложениях маршрута от этих аэропортов, см. Таблицу 4.1. Исходя из анализа, мы также отмечаем, что увеличение индикатора выбора в среднем более значимо в категориях 1 и 2, где изначально была более низкая доля пассажиров, имеющих выбор, и меньше (опять же, в среднем) в категориях 3 и 4, где в 2002 г. уже был более высокий выбор.

---

[57] Как и во всех моделях, модель выбора пассажира, применяемая в данном анализе, упрощает сделанные предположения. Мы проверили чувствительность выбора ключевых параметров и выяснили, что при сравнении в течении двух лет была обнаружена такая же очевидная тенденция увеличения конкуренции, независимо от выбора параметров. Наши результаты также достаточно стабильны для всех аэропортов, и результаты модели оказываются соотносимыми с другими доказательствами. Чтобы избежать переоценки степени выбора, мы считаем подходящим выбором только аэропорты, расположенные в радиусе 200 километров, и только в том случае, если альтернативный аэропорт предлагает привлекательные варианты путей сообщения. Детали анализа изложены в техническом приложении.

[58] Четыре категории следующие: категория 1 - аэропорты с более чем 25 млн пассажиров в год; категория 2 - аэропорты с количеством пассажиров от 10 до 25 млн; категория 3 - аэропорты с количеством пассажиров от 5 до 10 млн; категория 4 - аэропорты с количеством пассажиров менее 5 млн в год.

Таблица 4.1 Развитие ситуации с выбором пассажиров, 2002-2011 гг.

	Общее количество аэропортов	Средняя доля пассажиров аэропортов данной категории, имеющих выбор		Количество аэропортов с возросшим выбором пассажиров	Процент аэропортов в категории с возросшим выбором
		2002	2011		
Категория 1 MCA	10	36%	44%	10	100%
Категория 2 MCA	20	35%	43%	19	95%
Категория 3 MCA	32	50%	57%	28	88%
Категория 4 MCA	188	51%	57%	125	66%

Примечание: четыре категории MCA основаны на количестве пассажиров.
Анализ охватывает внутриевропейские направления для 250 крупнейших аэропортов Европы.

Источник: Copenhagen Economics, на основании анализа модели выбора SEO Economic Research.

В целом это указывает на общую высокую степень выбора пассажиров в большинстве аэропортов в Европе, независимо от размерной категории, с очевидной и устойчивой тенденцией увеличения возможности выбора со временем. Необходимо отметить, что использованные индикаторы недооценивают степень выбора, поскольку мы не включаем дополнительный выбор, связанный с возможным замещением аэропорта назначения.

Транзитные пассажиры

Европейские транзитные пассажиры также имеют больше выбора, в т. ч. из неевропейских стран, где в последние годы наблюдался значительный рост возможностей авиаузлов. Также произошло значительное увеличение количества альтернативных прямых маршрутов. Поэтому европейские авиаузлы столкнулись с увеличением конкуренции на двух фронтах: усилением конкуренции между авиаузлами и увеличением доли прямых рейсов с отсутствием пересадки.

Рассматривая сначала конкуренцию между авиаузлами, мы проанализировали наличие у пассажиров 16 европейских узловых аэропортов[59], конкурирующих с 60 авиаузлами во всем мире, выбора более «реалистичных и доступных беспересадочных путей сообщения» в 2011 г. и в 2002 г.

Наш подход к анализу достаточно консервативен. Он, скорее, недооценивает реальный выбор, доступный пассажирам, поскольку к определению «реалистичные альтернативы» применены три требования.

[59] К 16 узловым аэропортам относятся: Лондон Хитроу (LHR), Париж Шарль-де-Голль, Франкфурт (FRA), Амстердам (AMS), Мадрид (MAD), Мюнхен (MUC), Брюссель (BRU), Рим Фьюмичино (FCO), Цюрих (ZRH), Копенгаген (CPH), Лиссабон (LIS), Хельсинки (HEL), Вена (VIE), Прага (PRG), Будапешт (BUD) и Варшава (WAW).

- *Во-первых*, мы установили требование: альтернативное предложение должно иметь цену не более чем на 30% дороже лучшего предложения, с учетом времени, необходимого на все путешествие[60]. С более высоким ценовым порогом, например, 40% или 50%, количество «реалистичных альтернатив» будет больше[61];
- *во-вторых*, мы исключили альтернативы с более чем одной пересадкой. На практике пассажиры часто имеют возможность сэкономить деньги при готовности к двум пересадкам. В нашем исследовании такие альтернативы во внимание не принимались;
- *в-третьих*, учитывались только пары аэропортов, имевших маршруты через авиаузлы в 2002 и/или 2011 гг., т.е. возможное сообщение не менее чем через один европейский авиаузел. Прямые маршруты по фидерным направлениям, существующие или потенциальные, оказывают на авиаузлы дополнительный сдерживающий эффект.

Объективного или стандартного порога для определения, насколько больше времени должен занимать альтернативный маршрут с авиаузлом, прежде чем стать непривлекательной альтернативой, не существует. Необходимо отметить, что следует учитывать цены на авиабилеты и требуется установить порог, чтобы появилась достаточная конкуренция цен. 30-процентный порог был выбран с целью отразить баланс таким образом, чтобы альтернативные маршруты, требующие до 30% больше времени, считались альтернативными, если более низкая цена на авиабилет может компенсировать более длительное время путешествия. Это можно проиллюстрировать на примере 10-часового рейса, где считается, что альтернативный маршрут, который занимает на 3 часа дольше (+30%), будет учитываться определенными типами пассажиров, если цены на авиабилеты будут привлекательными.

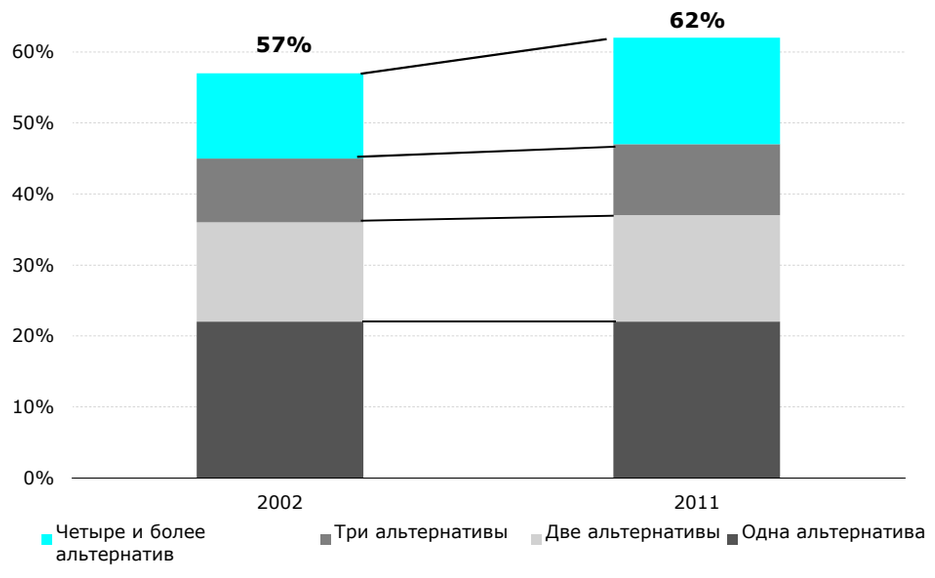
Даже с учетом такого относительно строгого определения «реалистичных альтернатив» анализ показывает, что большинство европейских транзитных пассажиров, у некоторых из которых может быть выбор прямых маршрутов, имеют, по меньшей мере, два маршрута с авиаузлом на выбор. В частности, 62% пассажиров имеют одну или более «реалистичных альтернатив». Кроме того, более 45% пассажиров, летающих европейскими рейсами с одной пересадкой, имеют две или более реалистичных альтернативы, почти 40% — три или более, а почти 25% — четыре или более, см. рис. 4.5.

Более того, можно говорить не только о значительных возможностях выбора для пассажиров, но и об их росте. С 2002 г. доля транзитных пассажиров, имеющих реалистичные альтернативы, увеличилась с 57% до 62% в 2011 г. Наблюдалось особенно резкое увеличение процента пассажиров с четырьмя или более альтернативами, см. рис. 4.5.

[60] Мы оценили качественные различия между альтернативными маршрутами, используя среднее значение времени(делая различие между временем полета и временем пересадки). Возможен расчет обобщенной стоимости времени путешествия (за исключением цены на билет) для туристической и деловой поездки. Если монетизированное качество одного маршрута приближается, например, к 30% стоимости лучшего маршрута, мы будем утверждать, что два маршрута, т.е. два авиаузла, могут в некоторой степени конкурировать на этом конкретном рынке, например, для рейсов Манчестер-Бангкок.

[61] Мы также проверили более ограниченную разницу себестоимости в размере 20% и 10% соответственно и обнаружили аналогичный результат, т.е. увеличение возможности выбора.

Рисунок 4.5 Количество альтернатив для транзитных пассажиров, 2002-2011 гг.



Примечание: мы оценили качественные различия между альтернативными маршрутами, используя среднее значение времени (с различием между временем полета и временем пересадки). Возможен расчет обобщенной стоимости времени путешествия (за исключением цены на билет) для туристической и деловой поездки. Если монетизированное качество одного маршрута приближается, например, к 30% стоимости лучшего маршрута, мы будем утверждать, что два маршрута, т.е. два авиаузла, могут в некоторой степени конкурировать на этом конкретном рынке, например, для рейсов Манчестер-Бангкок. (GTC<1,30)

Источник: анализ конкуренции авиаузлов, сделанный SEO Economic Research.

Для предполагаемого результата, исходящего из увеличения конкуренции, примечательно и характерно то, что произошло значительное улучшение среднего качества сообщений, предлагаемых европейскими авиаузлами, поскольку они стремятся улучшить качество услуг, которые предлагают мобильным транзитным пассажирам (что подробно рассматривается в Главе 5).

В качестве результата и индикатора конкуренции между авиаузлами может служить пример рейсов Манчестер-Бангкок, который показывает, что пассажиры стали пользоваться большим выбором путей сообщения в 2011 г. по сравнению с 2002 г., а также отмечает высокую скорость изменения выбора между авиаузлами, предлагающими лучшее сообщение. На этом рынке нет прямых сообщений, поэтому путешественники должны лететь через узловой аэропорт. Как показано на рис. 4.6, авиаузлы, которые были наиболее привлекательными в 2002 г., больше не являются таковыми в 2011 г. В этом примере Франкфурт и Цюрих уступили место Хельсинки и Копенгагену, которые предлагали лучшие варианты сообщения в 2011 г.

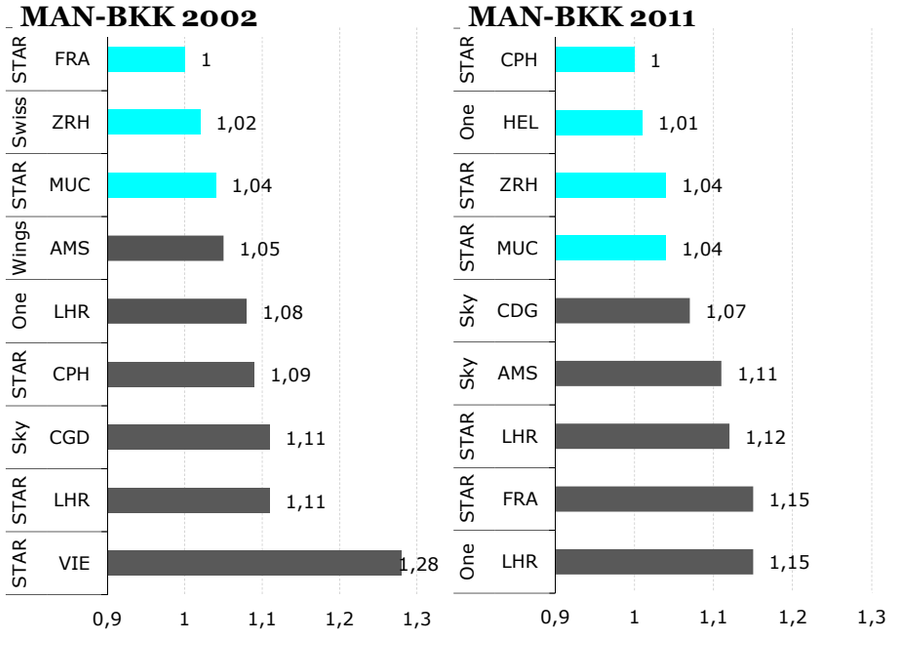
Рисунок 4.6 Пример: рынок рейсов Манчестер-Бангкок

Ситуация в 2002 г.

- С учетом среднего значения времени для путешественников в деловых поездках, Франкфурт был самым привлекательным вариантом сообщения в 2002 г.
- Однако Цюрих и Мюнхен предлагали пассажирам пути сообщения стоимостью всего на 2 и 4% дороже (с учетом среднего значения времени).

Ситуация в 2011 г.

- С учетом точно такого же среднего значения времени для пассажиров в деловых поездках, Франкфурт перестал быть самым привлекательным вариантом сообщения в 2011 г.
- К 2011 г. Копенгаген и Хельсинки разработали лучшие пути сообщения, сделав их более привлекательными узловыми вариантами, чем FRA, ZRH и MUC.



Примечание: лучшие варианты путей сообщения каждого года стандартизованы до значения 1,00.

Источник: Copenhagen Economics, на основании анализа конкуренции авиаузлов, сделанного SEO Economic Research.

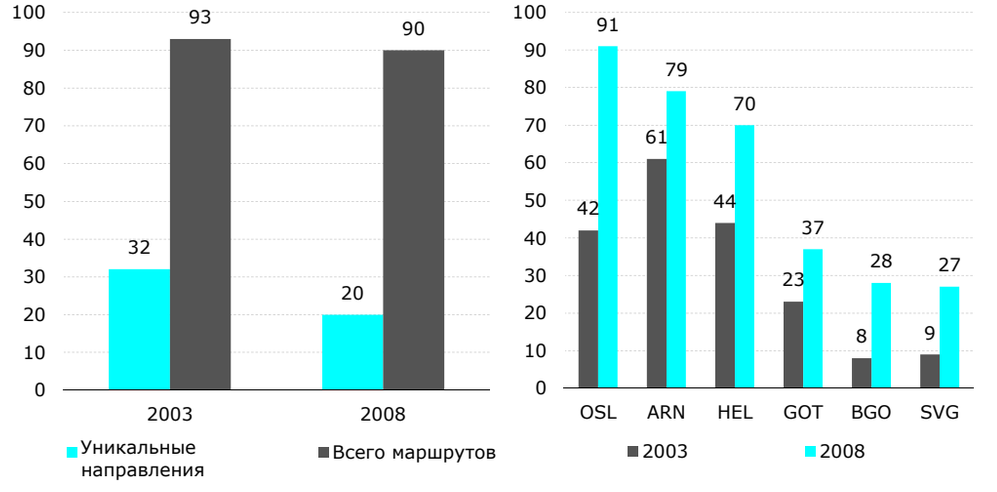
Дополнительный выбор, создаваемый новыми прямыми маршрутами

Также заметна очевидная тенденция, что выбор для пассажиров, которые ранее имели возможность исключительно транзитных перелетов, увеличился благодаря доступности большего количества прямых маршрутов.

На основании базы данных OAG развитие предложений прямых маршрутов оценено SEO Economic Research. Данный анализ, в частности, сравнивает предложение прямых маршрутов из узловых аэропортов, предлагавших по меньшей мере один непрямой транзитный маршрут с одним авиаузлом в 2002 и 2011 гг. Таким образом, анализ включает в целом 25500 транзитных маршрутов с одним авиаузлом. Анализ показывает, что 50% транзитных пассажиров имели не менее одной альтернативы прямого рейса своему транзитному перелету с одним авиаузлом. Более того, что касается транзитного выбора в целом, мы видим увеличение доли транзитных пассажиров с альтернативой прямого рейса, начиная от значения 46% в 2002 г.

Примером увеличения предложения прямых маршрутов служит тенденция к обхождению авиаузлов между Скандинавией и основными европейскими направлениями. Исторически сложилось, что аэропорт Копенгаген (CPH) является скандинавским узловым аэропортом, в который осуществляются основные фидерные рейсы из шести скандинавских аэропортов. Однако в период 2003-2008 гг. предложение прямых маршрутов из фидерных аэропортов по европейским направлениям без остановки в Копенгагене существенно выросло. В результате количество уникальных направлений с отправкой из аэропорта Копенгаген снизилось с 32 в 2003 г. до 20 в 2008 г., см. рис. 4.7 (a). В течение того же периода количество прямых маршрутов между скандинавскими фидерными аэропортами, связанными с аэропортом Копенгаген, и европейскими направлениями увеличилось. Например, количество прямых маршрутов из Осло увеличилось более чем вдвое в период 2003-2008 гг., см. рис. 4.7 (b). Следует отметить, что аэропорт Копенгаген одновременно разработал новые маршруты для следующего уровня фидерных аэропортов. Поскольку перевозки из более мелких аэропортов увеличились, сейчас существует жизнеспособный рынок обслуживания фидерных маршрутов из них — недавнее сотрудничество аэропорта с Blue 1, обслуживающей фидерные маршруты из более мелких аэропортов в Финляндии непосредственно в Копенгаген, иллюстрирует это развитие.

Рисунок 4.7 Больше прямых маршрутов между Скандинавией и Европой



Примечание: к рассматриваемым маршрутам относятся все маршруты с количеством пассажиров более 1000 в год. Уникальные направления - это направления, обслуживаемые из аэропорта Копенгаген, но не связанные с фидерными направлениями.

Источник: Copenhagen Economics, на основании анализа OAG от SEO Economic Research.

4.3 Тенденция к изменению выбора

Изменения рынка также означают, что пассажиры в целом выражают большую готовность воспользоваться выбором между аэропортами, который становится все более доступным. Существуют две основные тенденции: изменение состава пассажиров и увеличение использования Интернета как для изучения предложений, так часто и для осуществления операций.

Изменение состава пассажиров

За последние годы объем туристических перевозок в целом растет быстрее, чем бизнес-сегмент. Это стало одним из начальных определяющих факторов роста низкотарифных перевозок (хотя по мере зрелости модели низкотарифные авиакомпании начинают также ориентироваться на пассажиров в деловых поездках, что происходит в настоящее время). Статистика перевозок авиакомпании внутри страны не всегда включает разбивку на туризм и бизнес, но в случаях, когда такая разбивка присутствует, можно наблюдать значительное увеличение доли туризма. Данную тенденцию можно проиллюстрировать с помощью данных о позициях Великобритании, Норвегии, Швеции, Голландии и Бельгии, см. Таблицу 4.2.

Таблица 4.2 Изменение доли туристических перевозок

Рынок	Период	Изменение доли тур. перевозок
Великобритания	1996-2006	С 59% до 70%
Норвегия, международный	1996-2007	С 30% до 60%
Швеция, международный*	2000-2011	С 55% до 63%
Бельгия**	2005-2001	С 55% до 63%
Голландия***	2000-2011	С 64% до 67%

Примечание: *Только перевозки в аэропорте Арланда. **Только перевозки в аэропорте Брюссель. ***Только перевозки в аэропорте Схипхол.

Источник: Copenhagen Economics, на основании данных Управления гражданской авиации (Великобритания), Swedavia (аэропорта Арланда), аэропорта Брюсселя, аэропорта Схипхол и норвежского Института транспортной экономики «Международные и внутренние авиаперевозки в Норвегии 2007».

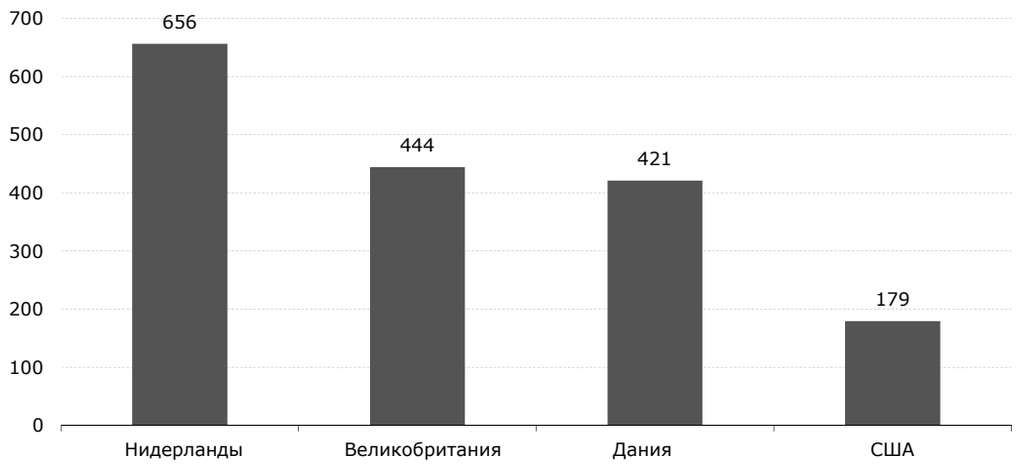
Большая доля пассажиров-туристов увеличивает стремление к изменению направлений по двум причинам.

Во-первых, пассажиры-туристы (включая праздничный трафик и посещение друзей и родственников (VFR)) будут более чувствительны к ценам, чем пассажиры в деловых поездках, которые, как правило, не оплачивают расходы лично. Пассажиры-туристы, включая все социально-экономические группы, будут расходовать свой, часто ограниченный, бюджет. Это предположение о чувствительности к цене подкрепляется эмпирическими исследованиями, которые показывают, что пассажиры-туристы гораздо более чувствительны к цене, чем пассажиры в деловых поездках, и что в среднем пассажиры маршрутов малой протяженности являются более чувствительными к цене, чем пассажиры дальних рейсов[62].

Во-вторых, пассажиры-туристы чаще всего менее чувствительны ко времени, чем пассажиры в деловых поездках, и готовы преодолевать более длинные расстояния, чтобы добраться до нужного аэропорта. Несмотря на то, что точные значения отличаются, это предположение снова подкрепляется данными для разных стран, см. рис. 4.8.

[62] См., например, Гиллен Д. и соавт. (2008), «Эластичность спроса на путешествия по воздуху: концепции, вопросы и измерение», Министерство финансов Канады (2008). Следует отметить, что уровни такой эластичности могут отличаться в зависимости от того, являются ли они оценкой общей реакции рынка на цену или реакцией уровня маршрута на цену, см. Intervistas (2007) в исследовании для ИАТА. Однако отличия между туристами и пассажирами в деловых поездках выявляются во всех исследованиях, см. также Министерство транспорта Великобритании (2011), «Прогноз для авиации Великобритании», и пассажирских опросах, см., например, «Предпочтения аэропортов пассажирами» Управления гражданской авиации Великобритании, результаты пассажирского опроса УГА, рабочий отчет, ноябрь 2011 г.

Рисунок 4.8 Показатель расчетного значения времени в пути для пассажиров в деловых поездках. Показатель 100 соответствует расчетному значению времени в пути для туристов.



Примечание: исследование Copenhagen Economics на основании данных Министерства транспорта США, «Стоимость времени в пути в экономическом анализе»; DTU Transport, 'Tidsværdier i transportstudier', 2012.

Выросшее использование Интернета

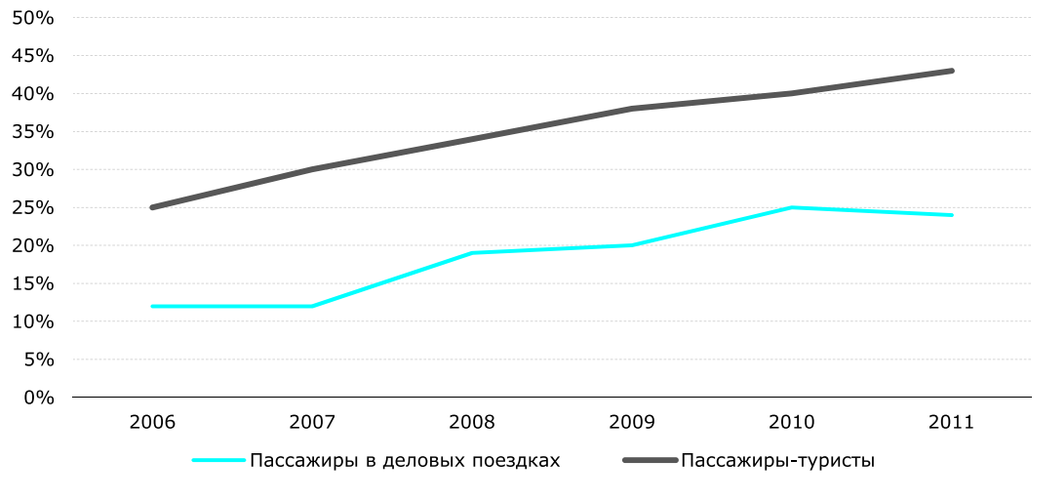
В то время как пассажиры-туристы более чувствительны к цене, чем пассажиры в деловых поездках, ряд исследований показывает, что оба сегмента с течением времени становятся более чувствительными к цене. Например, эмпирическое исследование 2008 г.[63] приходит к выводу, что по сравнению с 1999 г. общая ценовая эластичность спроса на авиапутешествия была на 8% выше. В этом исследовании также сделано заключение о том, что такое общее увеличение стало результатом возросшей чувствительности к цене как пассажиров-туристов, так и пассажиров в деловых поездках.

Технологическое изменение является одним из основных стимулирующих факторов указанного развития. В течение последних 10 лет заказчики значительно чаще стали использовать Интернет для поиска и совершения операций. Авиационная отрасль находилась в авангарде этой тенденции. Изменение быстрее всего происходило в туристическом сегменте, но пассажиры в деловых поездках, традиционно использующие компании по управлению поездками[64], сейчас также покупают билеты на самолет через Интернет, см. рис. 4.9.

[63] Источник: «По следам печали: эмпирический анализ авиационной отрасли», Стивен Берри и Панле Джиа, NBER Рабочий анализ № 14503, ноябрь 2008 г. Цифры основаны на данных авиационной отрасли США.

[64] Компании по управлению поездками также могут использовать Интернет, чтобы делать сравнения для клиентов.

Рисунок 4.9 Состав каналов продаж для туристического и бизнес-сегмента перевозок (доля оборота услуг, заказываемых через Интернет)



Примечание: цифровые показатели для 2010 и 2011 гг. являются предварительными. Следует отметить, что некоторые авиакомпании будут иметь более высокие доли, чем показано.
Источник: Copenhagen Economics, на основании презентации EasyJet 2012 «День инвестора», 31 января 2012 г.

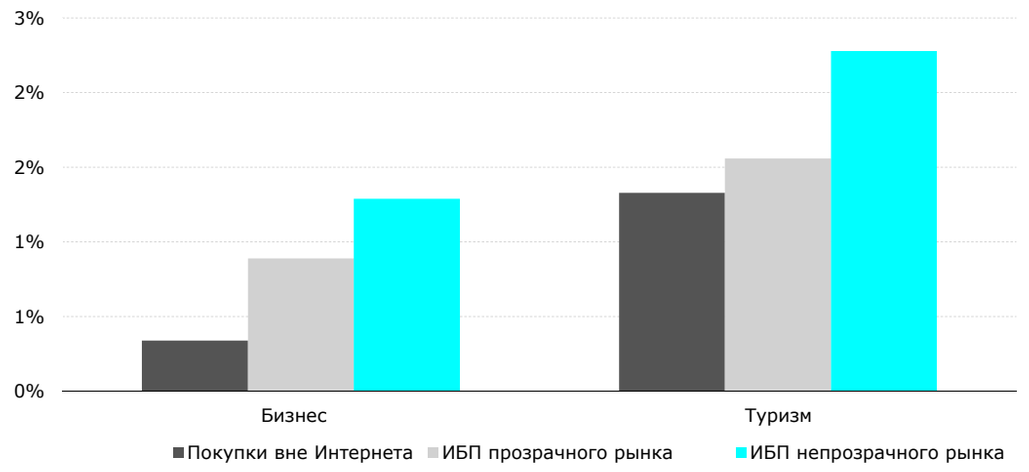
Можно ожидать, что рост покупок через Интернет увеличит чувствительность заказчика к ценам. Интернет позволяет потребителям анализировать рынок и сравнивать предложения от разных поставщиков за секунды. Такой доступ к информации улучшает работу рынков, позволяя потребителям быть более ориентированными на цену и, таким образом, поощряя более интенсивную конкуренцию.

Влияние этой тенденции подтверждает недавнее эмпирическое исследование[65]. На основании данных, представляющих миллионы отчетов о продаже авиабилетов, это исследование сравнивает каналы покупок через Интернет и все остальные. Канал покупок услуг для туристических поездок без использования Интернета представляет собой резервирование по телефону или при личном контакте через традиционные туристические агентства, а для деловых поездок — через корпоративные отделы бронирования и туристические агентства. Канал покупок через Интернет представляет собой непосредственное бронирование потребителем через интернет-бюро путешествий (ИБП) прозрачного рынка, такие как Expedia, Momondo и Travelocity, и ИБП непрозрачного рынка, такие как Hotwire и Priceline.com.

Результаты подтверждают, что пассажиры-туристы обычно более всего чувствительны к изменениям цены. Однако они также показывают, что и в сегменте пассажиров-туристов, и в сегменте пассажиров в деловых поездках, Интернет сделал спрос на авиапутешествия более чувствительным к изменению цен. В частности, оказалось, что спрос вне Интернета менее чувствителен к цене, чем спрос при его использовании, включая как прозрачные ИБП, так и непрозрачные ИБП, см. рис. 4.10.

[65] «Спрос и эластичность цены при использовании Интернета и без него: данные отрасли авиаперевозок», Нельсон Гранадос, Алок Гупта и Роберт Дж. Кауффманн, 2012 г.

Рисунок 4.10 Эластичность цен согласно каналам распространения



Примечание: канал покупки туристических поездок вне Интернета представляет собой резервирование по телефону или при личном контакте через традиционные туристические агентства, а для деловых поездок - через корпоративные отделы бронирования и туристические агентства. Интернет-канал покупок представляет собой непосредственное бронирование потребителем через интернет-бюро путешествий (ИБП) прозрачного рынка, такие как Expedia, Momondo и Travelocity, и ИБП непрозрачного рынка, такие как Hotwire и Priceline.com.

Источник: «Спрос и эластичность цены при использовании Интернета и без него: данные отрасли авиаперевозок», Нельсон Гранадос, Алок Гупта и Роберт Дж. Кауффманн, 2012 г.

4.4 Фактическое изменение выбора

А теперь обратимся к доказательствам, которые показывают, что пассажиры фактически используют свою возможность изменения выбора. Мы рассматриваем выбор не только между альтернативными аэропортами, но между путешествием самолетом и другим транспортом, в частности, по высокоскоростной железной дороге[66].

Выбор между аэропортами

В то время как сведения о потенциальной возможности выбора могут быть получены из анализа существующих данных, сведения о фактическом выборе между европейскими аэропортами требуют более узкоспециализированного анализа в форме опроса пассажиров и исследования конкретных ситуаций, которые обычно проводятся в определенных, часто регулятивных, целях.

Опросы пассажиров могут быть полезны для понимания их осведомленности о потенциальных альтернативных аэропортах, а также о степени влияния на их решения. Несомненно, высокая осведомленность об альтернативных аэропортах и рейсах, обслуживаемых ими, увеличит вероятность изменения выбора пассажиров между аэропортами.

Приведенные ниже данные говорят о количестве недавних исследований, проведенных Управлением гражданской авиации Великобритании, Комиссией по вопросам конкуренции Великобритании и аэропортом Болонья. Следует отметить, что результаты опросов зачастую сложно сопоставить, поскольку они построены таким образом, чтобы дать представление о закономерностях переключения в определенной стране или регионе.

[66] Мы постарались сравнить большой диапазон данных, хотя необходимо отметить, что они неизбежно отражают тенденции в Великобритании, где проводилось более детальное изучение рынка, чем где-либо еще, особенно исследования, проведенные УГА.

В общих чертах, однако, разные опросы подтверждают, что при наличии выбора о нем обычно осведомлены многие пассажиры, которые готовы воспользоваться возможностью выбора между аэропортами, если такие действия приведут к лучшему результату. Более того, подобные результаты можно получить и в других частях Европы, не в последнюю очередь благодаря вездесущему влиянию Интернета, который является одним из основных способов информирования пассажиров о доступных для них предложениях.

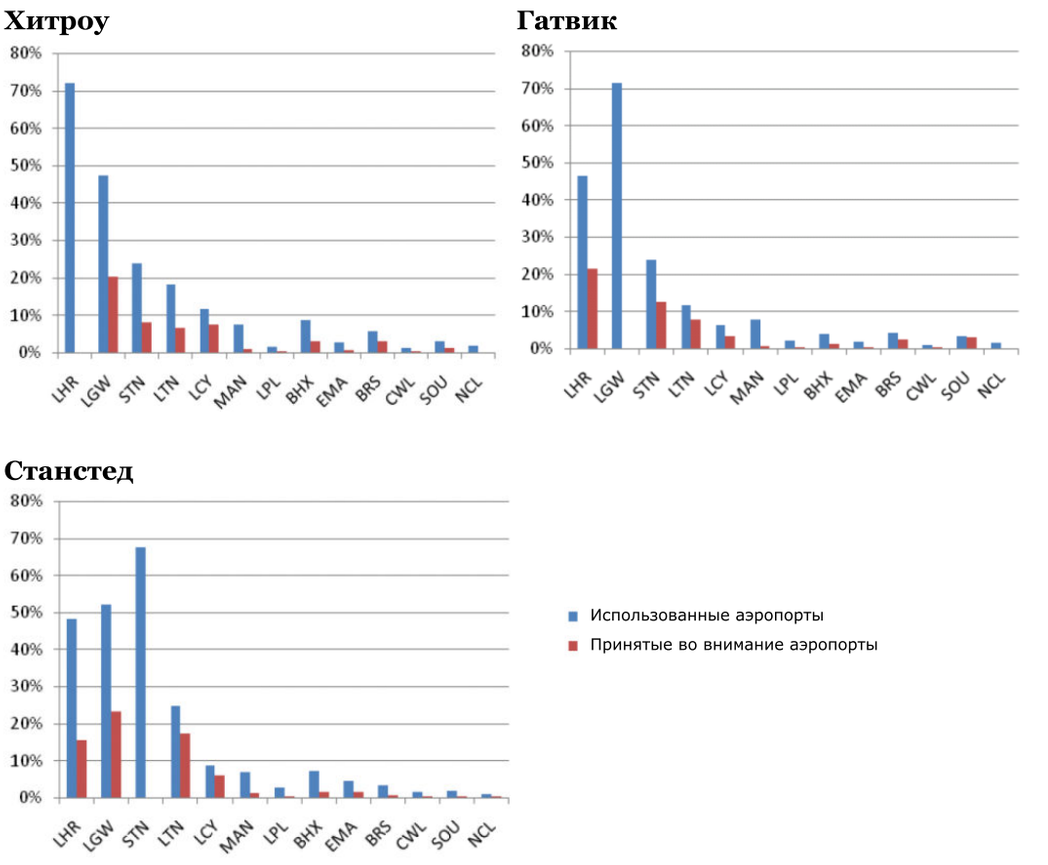
В недавнем исследовании Управление гражданской авиации Великобритании изучило, в какой степени пассажиры аэропортов Хитроу, Гатвик и Станстед готовы и могут выбирать между аэропортами, возможные причины, по которым пассажиры выбирают тот или иной аэропорт, и их «отзывчивость» на цены[67].

Исследование Управления гражданской авиации Великобритании показывает, что пассажиры, находящиеся в районе Лондона, в большей, хотя и в разной степени, считают эти три аэропорта реальной альтернативой друг другу. Результаты различаются для пассажиров маршрутов малой протяженности, большой протяженности и транзитных пассажиров.

Пассажиры маршрутов малой протяженности более всего склонны учитывать и использовать альтернативные аэропорты. Пассажиры маршрутов малой протяженности, вылетающие из трех охватываемых исследованием аэропортов, в высокой степени использовали и рассматривали использование других аэропортов за прошедшие два года. В гораздо меньшей степени рассматривались и использовались аэропорты за пределами Лондона, см. рис. 4.11.

[67] См. Управление гражданской авиации Великобритании - оценка позиции аэропорта на рынке, «Предпочтения аэропортов пассажирами», результаты Пассажирского опроса УГА, рабочий отчет, ноябрь 2011 г.

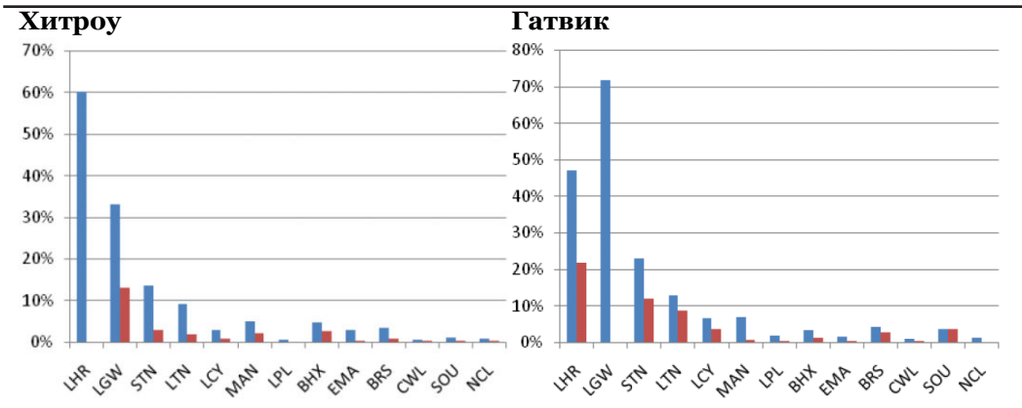
Рисунок 4.11 Пассажиры маршрутов малой протяженности и аэропорты, которые они считали альтернативными или ранее использовали в течение последних двух лет



Примечание: анализ УГА данных опроса пассажиров УГА — дополнительные вопросы о предпочтении.

Подобная ситуация сложилась и у пассажиров наземного транспорта маршрутов большой протяженности в Хитроу и Гатвике (опрос не проводился среди пассажиров дальних рейсов в аэропорте Станстед вследствие их небольшого количества). Однако доля пассажиров, рассматривающих другие аэропорты, несколько ниже, чем аналогичный показатель среди пассажиров маршрутов малой протяженности, см. рис. 4.12. Это отражает более специализированный характер обслуживания и более ограниченную текущую площадь перекрывания. Развитие технологии авиастроения и конкуренция аэропортов способны в будущем изменить эту ситуацию.

Рисунок 4.12 Пассажиры маршрутов большой протяженности и аэропорты, которые они считали альтернативными или ранее использовали в течение последних двух лет



Примечание: подобные количественные показатели представлены в отчете УГА для пассажиров наземного транспорта маршрутов большой протяженности и транзитных пассажиров.
Источник: анализ УГА данных опроса пассажиров УГА — дополнительные вопросы о предпочтении.

Транзитным пассажирам в Хитроу был задан вопрос, какие еще аэропорты они рассматривали для данного путешествия. Ответы отразили конкуренцию с другими европейскими узловыми аэропортами. Около 35% транзитных пассажиров рассматривали пересадку в других крупных европейских авиаузлах, таких как Амстердам Схипхол, Франкфурт или Париж Шарль-де-Голль, вместо Хитроу. Каждый из этих аэропортов рассматривался приблизительно 10% респондентов.

Кроме того, исследование Управления гражданской авиации показывает, что пассажиры готовы менять выбор и использовать альтернативные аэропорты, чтобы заключить лучшую сделку. В частности, Управление гражданской авиации исследовало «отзывчивость» пассажиров на гипотетическое 10-процентное увеличение цены полета из их аэропорта отправления[68].

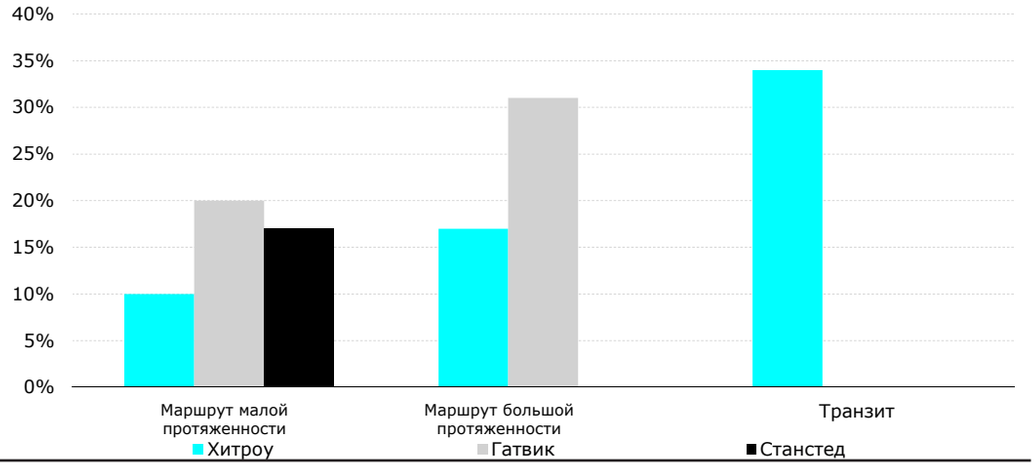
Исследование показало, что от 10% до 34% пассажиров готовы изменить выбор на альтернативный аэропорт, если цена на билет повысится на 10%[69]. Что касается пассажиров наземного транспорта, включая маршруты малой и большой протяженности, пассажиры Хитроу оказались менее всего склонными к переключению в ответ на увеличение цены.Очевидное объяснение заключается в том, что Хитроу имеет самую большую долю пассажиров в деловых поездках, обычно менее чувствительных к цене, чем пассажиры-туристы.

[68] Данное увеличение представляет собой повышение цены на 5 фунтов для маршрутов малой протяженности в одну сторону, 10 фунтов - для маршрутов малой протяженности туда и обратно и 50 фунтов - для маршрутов большой протяженности. Повышение на 40 фунтов было выбрано для поездки с непрямым маршрутом (т. е. транзитной), см. «Оценка позиции аэропорта на рынке» Управления гражданской авиации Великобритании, «Предпочтения аэропортов пассажирами», результаты Пассажирского опроса УГА, рабочий отчет, ноябрь 2011 г.

[69] Следует отметить, что аэропортовый сбор обычно составляет небольшую долю общей цены билета, поэтому прямое влияние на пассажира в результате изменения аэропортового сбора будет незначительным. Однако даже небольшие изменения аэропортового сбора могут оказать значительное влияние на количество пассажиров, поскольку увеличение аэропортового сбора может сделать маршруты в такой аэропорт недостаточно рентабельными для некоторых авиакомпаний. Поскольку авиакомпании постоянно следят за рентабельностью каждого маршрута и стараются перевести свои провозные мощности на более прибыльные маршруты, аэропорт рискует потерять не только несколько пассажиров на каждом маршруте, но и сам маршрут, если какие-либо авиакомпании сочтут его недостаточно рентабельным для обслуживания данного аэропорта по сравнению с другим аэропортом. В этом контексте, как не раз отмечалось в настоящем отчете, авиакомпании не только обращают внимание на сборы, но также оценивают, как другие элементы, предложенные аэропортом, влияют на общую стоимость операций (например, в отношении времени на подготовку провозных мощностей к повторному вылету или рисков задержки).

Однако поскольку пассажирам маршрутов малой и большой протяженности доступен большой выбор, транзитные пассажиры в Хитроу представляются наиболее чувствительными к цене по сравнению с местными пассажирами вылетающих рейсов. В частности, при опросах 34% транзитных пассажиров заявили, что они готовы выбирать другой аэропорт, если столкнутся с 10-процентным увеличением цены, см. рис. 4.13. Это подтверждает наше предыдущее предположение о том, что путешественники готовы поменять узловой аэропорт, если время и цена на билет их устраивают.

Рисунок 4.13 «Отзывчивость» пассажиров на увеличение цены на 10% в используемом ими аэропорту



Примечание: 10-процентное увеличение цены рассчитано на основании средней стоимости билетов на маршруты малой протяженности и маршруты большой протяженности с использованием данных опроса пассажиров УГА. Выбранная сумма составляла 5 фунтов для маршрутов малой протяженности в одну сторону, 10 фунтов для маршрутов малой протяженности туда и обратно и 50 фунтов для маршрутов большой протяженности. Повышение на 40 фунтов выбрано для поездки по непрямому (транзитному) маршруту. Приведенный вопрос задавался пассажирам наземного транспорта маршрутов малой и большой протяженности в Хитроу, Гатвике и Станстеде, пассажирам наземного транспорта маршрутов большой протяженности в Хитроу и Гатвике и транзитным пассажирам только в Хитроу: если стоимость вашего рейса и каждого другого [в одну сторону/туда и обратно] рейса [аэропорт] будет [СТОИМОСТЬ] выше в расчете на одного человека, то вы: все же забронируете билет на данный рейс? Забронируете рейс из Хитроу на другое направление или в другое время? Забронируете рейс из другого аэропорта? Решите не лететь?

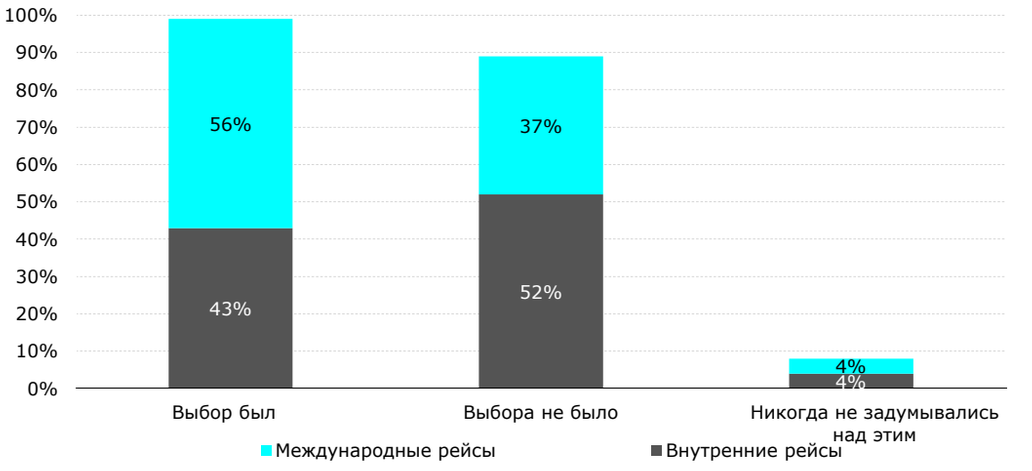
Источник: анализ УГА данных опроса пассажиров УГА — дополнительные вопросы о предпочтениях.

Для своего исследования рынка[70] в 2009 г. Комиссия по вопросам конкуренции Великобритании назначила компанию ORC International ответственной за изучение факторов, влияющих на выбор пассажирами того или иного аэропорта. Исследование охватило три аэропорта, расположенных в Лоуленд, Шотландия, а именно, Эдинбург и Глазго (обслуживаемые Управлением британских аэропортов) и Прествик (обслуживаемый Infratil).

Помимо прочего, исследование показало, что почти половина (47%) респондентов имела выбор аэропортов, когда планировала свое путешествие, т. е. они действительно могли воспользоваться другим аэропортом. В частности, выбор аэропортов был у респондентов на международных рейсах (56%). Только небольшая доля (4%) всех пассажиров не считала, что у них был выбор аэропорта. См. рис. 4.14.

[70] Источник: ORC International, «Авиапассажиры в аэропортах Лоуленд, Шотландия», Исследование рынка аэропортов Управлением британских аэропортов, подано в Комиссию по вопросам конкуренции, ноябрь 2007 г., http:// www.competition-commission.org.uk/our-work/baa-airports.

Рисунок 4.14 Был ли у вас выбор при планировании этого путешествия? То есть, могли ли вы действительно воспользоваться другим аэропортом?

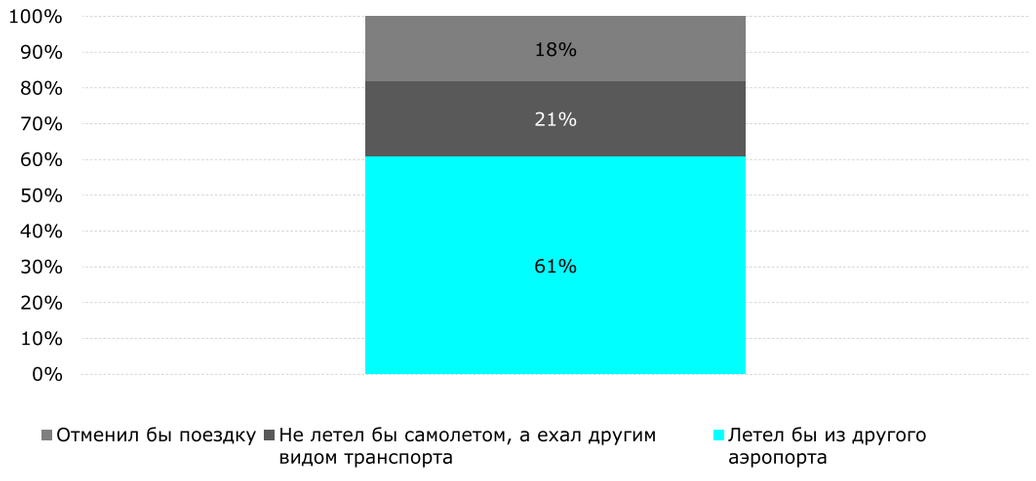


Примечание: в опросе приняли участие 1126 респондентов.

Источник: ORC International, «Авиапассажиры в аэропортах Лоуленд, Шотландия», Исследование рынка аэропортов Управлением британских аэропортов, подано в Комиссию по вопросам конкуренции, ноябрь 2007 г., http://www.competition-commission.org.uk/our- work/baa-airports.

Данное исследование шотландского рынка также подтверждает, что пассажиры были готовы воспользоваться альтернативным аэропортом. В случае недоступности ни одного из рейсов из выбранного ими аэропорта при подготовке к поездке 61% ответили, что они воспользовались бы другим аэропортом. 21% выбрали бы другой вид транспорта, см. рис. 4.15.

Рисунок 4.15 Если бы ни один рейс из этого аэропорта не был бы доступен, когда вы уже приготовились к поездке, что бы вы сделали?



Примечание: в опросе приняли участие 1126 респондентов.

Источник: ORC International, «Авиапассажиры в аэропортах Лоуленд, Шотландия». Исследование рынка аэропортов Управлением британских аэропортов, Исследование рынка аэропортов Управлением британских аэропортов, подано в Комиссию по вопросам конкуренции, ноябрь 2007 г., http://www.competition-commission.org.uk/our-work/baa-airports.

Опрос, который проводился аэропортом Болонья среди пассажиров, также показал, что пассажиры рассматривают возможность использования других аэропортов. В этом опросе 10% пассажиров рассматривали для данной поездки альтернативный аэропорт. Эти пассажиры, в частности, рассматривали возможность использования аэропорта в Милане (28%), Римини (26%) или Риме (15%) [71].

Исследования конкретных ситуаций являются еще одним источником информации о выборе пассажиров. Этот подход больше ориентирован на результат. Обычно исследования конкретных ситуаций затрагивают развитие ключевых параметров в течение определенного интересующего их периода или после определенного интересующего события, например, введения нового налога.

Опираясь на исходные данные Анализа SEO, мы провели пять исследований конкретных ситуаций, чтобы разобраться, что влияет на выбор пассажиров. В частности, мы изучили развитие позиции на рынке аэропортов, расположенных вблизи пяти выбранных городов Европы, на протяжении 10 лет. Этими пятью городами были Стокгольм, Осло, Белфаст, Париж и Милан. Общей чертой выбранных городов было наличие альтернативных аэропортов с разными владельцами, что подразумевает признание этих аэропортов конкурентами.

Исследования конкретных ситуаций подтверждают, что европейские пассажиры используют свою возможность переключения на другой аэропорт. Во всех случаях в главных аэропортах произошло ухудшение их позиции на рынке. Самым значимым было снижение показателей в аэропортах вблизи Стокгольма, Осло и Милана с сокращением позиции на рынке на 8-22%. В аэропортах вблизи Парижа и Белфаста сокращение позиции на рынке было более умеренным с уменьшением рыночной позиции главных аэропортов примерно на 3%, см. Таблицу 4.3.

[71] Опрос пассажиров, проведенный аэропортом Болонья, апрель 2012 г. Несмотря на то, что выборка относительно мала, результат хорошо сопоставим с результатами по более крупным выборкам. Эти результаты также доказывают, что пассажиры рассматривают возможность использования альтернативных аэропортов.

Таблица 4.3 Развитие позиции на рынке главных аэропортов, 2002-2010 гг.

Город	Главный аэропорт(ы)	Альтернативный аэропорт(ы)	Изменение доли рынка главных аэропортов, 2002-2010 гг.
Белфаст	Балфаст Интернешнл (BFS), 12 км от центра города	B: Джордж Бест (BHD), 5 км от центра города	-3.2%
Париж	Шарль-де-Голль (CDG), 25 км от центра города Орли (ORY), 12 км от центра города	C: Бове Тийе (BVA), 85 км от центра города	-2.7%
Осло	Гардермуэн (OSL), 35 км от центра города	Мосс, Ригге (RYG), 60 км от центра города Сандефьорд, Торп (TRP), 118 км от центра города	-8.1%*
Милан	Линате (LIN), 8 км от центра города Мальпенса (MXP), 40 км от центра города	Бергамо (BGY), 45 км от центра города	-17.4%
Стокгольм	Арланда (ARN), 37 км от центра города Бромма (BMA), 7 км от центра города	Скавста (NYO), 100 км от центра города Вестерос (VST), 110 км от центра города	-22.4%

Примечание: *период для Осло — с 2003 по 2010 гг.
Источник: Copenhagen Economics, на основании анализа SEO и базы данных OAG.

Влияние голландского пассажирского налога также иллюстрирует готовность пассажиров делать выбор между аэропортами в ответ на изменение цены. Поскольку налог был введен 1 июля 2008 г. и отменен ровно через год, его можно рассматривать как уникальный «социальный эксперимент».

Согласно общей точке зрения, пассажирский налог повлиял на выбор аэропорта голландскими пассажирами. Например, в исследовании, опубликованном в феврале 2011 г., голландское Министерство инфраструктуры и окружающей среды[72] делает вывод о том, что налог на авиапассажиров сократил количество голландских пассажиров, вылетающих из аэропортов в Нидерландах, особенно из аэропорта Амстердам Схипхол, и что большинство таких пассажиров выбрали вместо него аэропорты Дюссельдорф, Веце и Брюссель. Этот вывод был сделан на основании двух типов анализа.

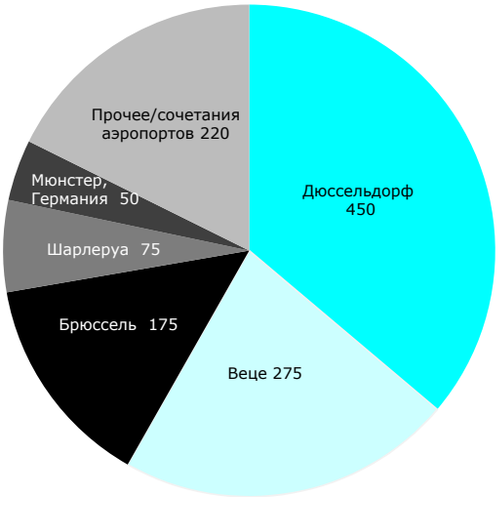
Первым стал опрос пассажиров, проведенный летом 2011 г. В опросе приняли участие 3000 человек, которые ответили на вопросы относительно частоты рейсов, осведомленности о других аэропортах, рассматриваемых для европейского и международного направлений. Респонденты, которые летели в период действия налога, ответили на вопрос о влиянии налога на их выбор.

Результаты показали, что 80% респондентов знали о пассажирском налоге, а 14% ответили, что налог повлиял на их выбор. Около 50% респондентов ответили, что они решили не лететь или ехать на автомобиле или поезде. Оставшиеся 50% подтвердили, что они решили использовать иностранный аэропорт. В качестве наиболее популярных вариантов выбора упоминались аэропорты Дюссельдорф, Веце и Брюссель.

[72] Источник: Министерство инфраструктуры и окружающей среды, «Влияние поведенческих реакций пассажиров, авиакомпаний и аэропортов на налог на авиапассажиров», согласно данным Нидерландского института анализа транспортной политики (KiM), февраль 2011 г.

Во-вторых, вывод был сделан на основании сравнения цифр ежегодного роста объема пассажирских перевозок европейских авиакомпаний, выполненного ИАТА и аэропортом Амстердам Схипхол до и после введения налога. Результат, который следует рассматривать исключительно как приблизительную оценку, показывает, что налог привел к уменьшению количества пассажиров примерно на 2 млн за период действия налога. Согласно оценкам, из указанных 2 млн потенциальных пассажиров Схипхола половина отменила свою поездку или решила воспользоваться другим транспортным средством, таким как автомобиль или поезд. Другая половина этих пассажиров (1,25 млн) отправилась в поездку из иностранного аэропорта, при этом Дюссельдорф был самым популярным выбором, за которым следовали Веце и Брюссель, см. рис. 4.16.

Рисунок 4.16: Оценка дополнительных пассажиров, появившихся в результате введения голландского налога на авиапассажиров (тыс. чел.)



Примечание: приблизительная оценка количества дополнительных голландских пассажиров в иностранных аэропортах, появившихся в результате введения налога на авиапассажиров (тыс. чел).
Источник: Министерство инфраструктуры и окружающей среды, «Влияние поведенческих реакций пассажиров, авиакомпаний и аэропортов на налог на авиапассажиров», согласно данным Нидерландского института анализа транспортной политики (KiM), февраль 2011 г.

Переключение на другие виды транспорта

Сведения о переключении на другие виды транспорта главным образом касаются увеличения предложения высокоскоростного железнодорожного сообщения в Европе. В настоящее время скоростные железнодорожные линии на территории Западной Европы имеют протяженность около 3000 километров, по ним курсирует около 970 поездов, а пассажиропоток составляет около 100 млн пассажиров в год. Дополнительные 6000 км скоростных железнодорожных линий планируется построить к 2020 г.[73]

[73] Источник: Infrastructure Journal, 1/6/2010.

Недавний рост количества рейсов, обслуживаемых Eurostar из Лондона в Париж и Брюссель, иллюстрирует влияние высокоскоростной железной дороги. По состоянию на 14 ноября 2007 г. Eurostar перенесла свои лондонские операции с «Ватерлоо Стейшн» на недавно отреставрированную железнодорожную станцию «Сент-Панкрас Интернешнл».

В то же время Eurostar начала использование всей специальной скоростной железнодорожной линии, соединяющей центральный Лондон через тоннель под Ла-Маншем с Парижем и Брюсселем. Благодаря этому переносу время путешествия в Европу по железной дороге сократилось примерно на 20 минут. Доехать до Брюсселя и Парижа из Лондона теперь можно за 1 час 55 минут и 2 часа 15 минут соответственно.

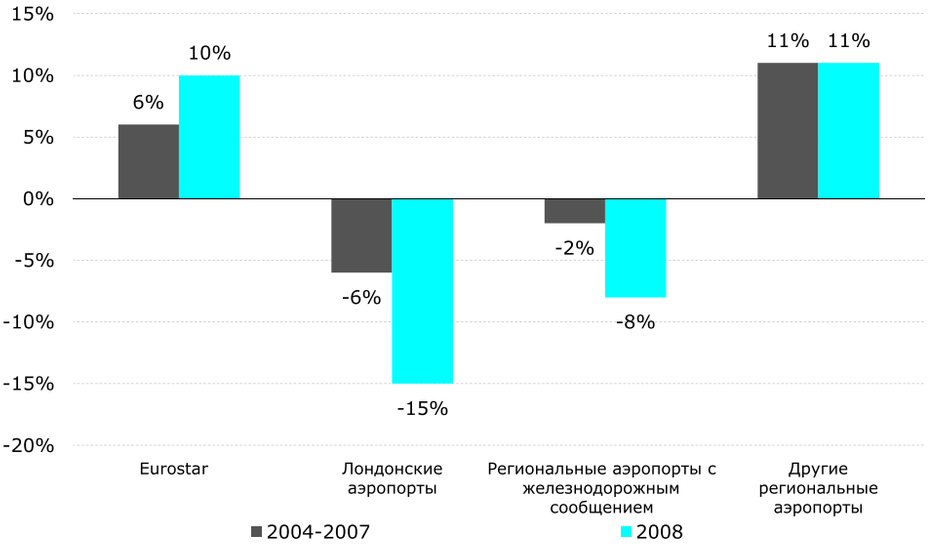
Влияние этого изменения было очевидным. Анализ, проведенный Управлением гражданской авиации Великобритании в 2009 г.[74], показывает значительное замещение авиаперелетов поездками по железной дороге в Париж и Брюссель; особенно это касается пассажиров, живущих в регионах с эффективным железнодорожным сообщением до станции Сент-Панкрас и прилегающих к ней железнодорожных станций. Данный анализ, в частности, показывает, что количество авиапассажиров между всеми аэропортами Великобритании и Парижа или Брюсселя снижалось ежегодно на 6% в период 2004-2007 гг., тогда как количество пассажиров, путешествующих Eurostar через тоннель, увеличивалось на 5% в год за тот же период, см. рис. 4.17.

Более того, анализ показывает, что влияние на авиаперевозки в Париж и Брюссель между Лондоном и региональными аэропортами достаточно сильно отличалось. Для аэропортов Лондона и региональных аэропортов, которые обслуживают географические районы, имеющие прямое железнодорожное сообщение со станциями Сент-Панкрас, Кингс Кросс и Юстон, количество пассажиров уменьшилось соответственно на 5,5% и 2% в год, в период 2004-2007 гг. С другой стороны, пассажирские авиаперевозки в Париж и Брюссель из региональных аэропортов, не имеющих эффективного железнодорожного сообщения с Лондоном, значительно выросли; среднегодовой темп прироста составил 11%, см. рис. 4.17.

Влияние Eurostar также демонстрирует тот факт, что, несмотря на экономический кризис, тенденция сохранилась и в 2008 г. Количество пассажиров из аэропортов в регионах с прямым железнодорожным сообщением на трех лондонских вокзалах уменьшилось почти на 15% и примерно на 8% соответственно, по сравнению с 2007 г., тогда как количество пассажиров из других региональных аэропортов увеличилось примерно на 11%, см. рис. 4.17.

[74] UK Business Air Travel: тенденции и характеристики перевозок, май 2009 г., Управление гражданской авиации.

Рисунок 4.17 Рост числа пассажиров рейсов между Великобританией и Парижем/Брюсселем, путешествующих воздушным транспортом и Eurostar



Примечание: количественные показатели за 2004-2007 гг. являются среднегодовыми темпами прироста. Количественные показатели за 2008 г. основаны на сравнении первых трех кварталов 2008 и 2007 гг.

Источник: UK Business Air Travel: тенденции и характеристики перевозок, май 2009 г., Управление гражданской авиации.

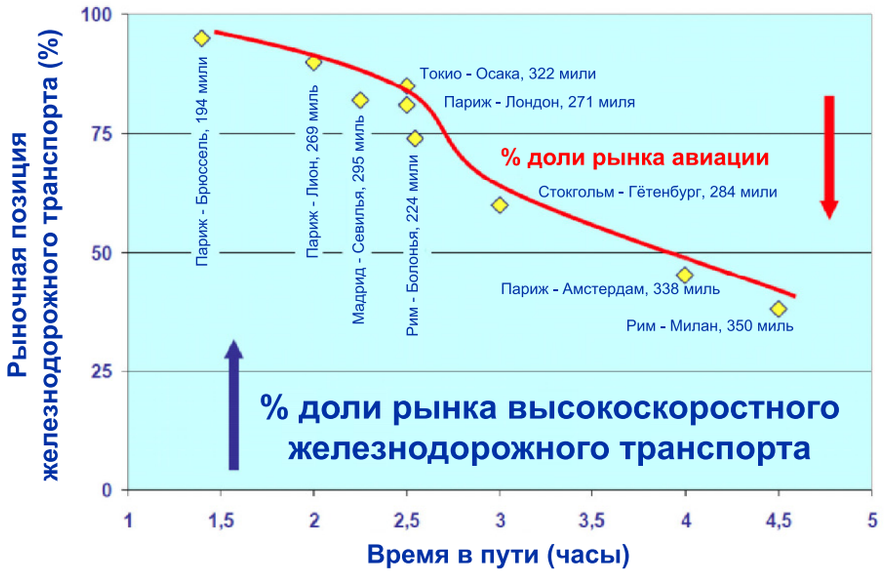
Что касается позиции на рынке, влияние железнодорожного сообщения также очевидно. В 2005 г. доля железнодорожного транспорта в прямых перевозках между Лондоном и Парижем/Брюсселем составляла менее 70%. К 2010 г., согласно годовому отчету Eurostar, она увеличилась до 80%.

Французский рынок дает еще один пример[75]. В 2001 г. между Парижем и Марселем была проведена высокоскоростная железная дорога TGV Mediterranean. В это время железнодорожное сообщение имело долю на рынке всего 22% от общего объема рынка авиационных и железнодорожных перевозок Париж-Марсель. Через четыре года ситуация кардинально изменилась. К 2005 г. доля рынка железной дороги увеличилась до 65%. Это развитие продолжалось в 2006 г., когда доля рынка достигла почти 70%, благодаря принятому в 2006 г. решению EasyJet об отказе от рейсов Париж-Марсель.

Забегая вперед, следует отметить, что приведенные примеры показывают потенциал железной дороги при установке дополнительных конкурентных ограничений для европейских аэропортов. Это особенно верно в сегменте рейсов малой протяженности, конкурирующих с железнодорожными перевозками, время в пути для которых составляет менее четырех часов тогда как аэропортовый сбор обычно представляет собой большую часть общей стоимости, а высокоскоростные железные дороги обычно занимают долю рынка общего количества перевозок более 50%, см. рис. 4.18.

[75] Источник: Ascend Magazine, 2007, выпуск №2. http://www.sabreairlinesolutions.com/home/resources/ascend/archive#9.

Рисунок 4.18 Рыночная позиция железнодорожных перевозок и время в пути при поездке железнодорожным транспортом



Примечание: «Высокоскоростные железные дороги: общая картина, Инакибаррон, Международная ассоциация работников железнодорожного транспорта (UIC), апрель 2007 г.

В целом скорость, надежность и удобство поездки из центра одного города в центр другого города высокоскоростной железной дорогой для многих путешественников, в сочетании с развитием железнодорожных вокзалов, часто сопровождающим все эти преимущества, оказывают постоянное давление на аэропорты (или авиакомпании), заставляя их устанавливать конкурентоспособное сочетание цены и качества. Несколько исследований[76] делают вывод о том, что рыночная позиция высокоскоростных железных дорог частично предопределена качеством обслуживания железнодорожных и авиаперевозок, включая цены на билеты, частоту рейсов, время в пути и расстояние до места назначения (аэропорта или железнодорожного вокзала). Поэтому аэропортам нужно постоянно развивать свои продукты и услуги, если они не хотят, чтобы услуги новой высокоскоростной железной дороги становились все более привлекательными для пассажиров. Это представляет собой значимый источник конкурентного давления на аэропорты, который, скорее всего, будет увеличиваться в связи с инвестициями в рынок железных дорог, планируемыми в настоящее время.

[76] См., например, http://www.theatlanticcities.com/commute/2012/01/what-eurostars-success-means-california-hsr/938/ и http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0094119011000921.

Глава 5

Реагирование аэропортов

В предыдущей главе мы показали, что сегодня у пассажиров есть больше выбора, чем 10 лет назад, и что они в целом стали более «отзывчивы» как на цены, так и на качество. В Главе 3 мы показали, как авиакомпании становятся более независимыми и более «отзывчивыми» на изменения вкусов пассажиров и моделей путешествий, а также более активными в переговорах с аэропортами. В этой главе мы покажем, как аэропорты реагируют на эти изменения.

Главные выводы

- **Больше коммерческих аэропортов:** за последние несколько десятилетий аэропорты Европы поменяли свою форму собственности и структуру управления. Почти половина европейских пассажирских перелетов в настоящее время осуществляется из аэропортов с частной формой собственности. В целом 80% европейских аэропортов стали корпорациями. Большинство аэропортов, находящихся в государственной собственности, сейчас являются коммерческими предприятиями под государственным контролем.
- **Больше маркетинговой активности и развития маршрутов:** 96% всех европейских аэропортов, больших и малых, активно предлагают себя авиакомпаниям. Исследования конкретных ситуаций указывают на то, что за последние 10 лет затраты на маркетинг и развитие маршрутов удвоились.
- **Возросшая конкуренция за качество:** многие аэропорты отреагировали на усиление конкуренции инвестированием в повышение качества обслуживания. Чтобы привлечь больше прямых перевозок, аэропорты построили специальные низкотарифные терминалы и осуществили инвестиции в улучшение подъездных путей к аэропорту. **Чтобы улучшить транзитные продукты**, аэропорты инвестировали средства в сокращение времени на пересадку.
- **Возросшая ценовая конкуренция:** ценовая реакция на недавний экономический кризис показывает, что европейские аэропорты также конкурируют в области цен. В 2009 г. общий пассажирский трафик во всех европейских аэропортах упал более чем на 5%. Конкурентная ценовая реакция на это изменение последовала почти от 70% европейских аэропортов, что выразилось в 2009 г. либо в снижении сборов, либо в их стабильности.
- **Выход на рынок и расширение аэропортов:** сектор аэропортов также стратегически отреагировал на изменение условий рынка. В течение последних 10-15 лет наблюдалось несколько примеров выхода на рынок и расширения аэропортов, что усилило конкуренцию между аэропортами на пользу авиакомпаниям и пассажирам. В 2008 г. аэропортов, обслуживающих коммерческие реактивные воздушные суда в Европе, стало на 81 больше, чем в 1996 г. Под расширением подразумевается инвестирование в новые терминалы и взлетно-посадочные полосы.

Аэропорты одновременно подстегивают конкуренцию и отвечают на ее вызовы. Конкурентное давление, возникающее в результате появления большей возможности выбора у авиакомпаний и пассажиров, усиливается большим вниманием аэропортов к маркетингу и более дифференцированными предложениями авиакомпаниям и пассажирам. Эти изменения ведут к усилению конкурентных ограничений на аэропорты и увеличению конкуренции между ними.

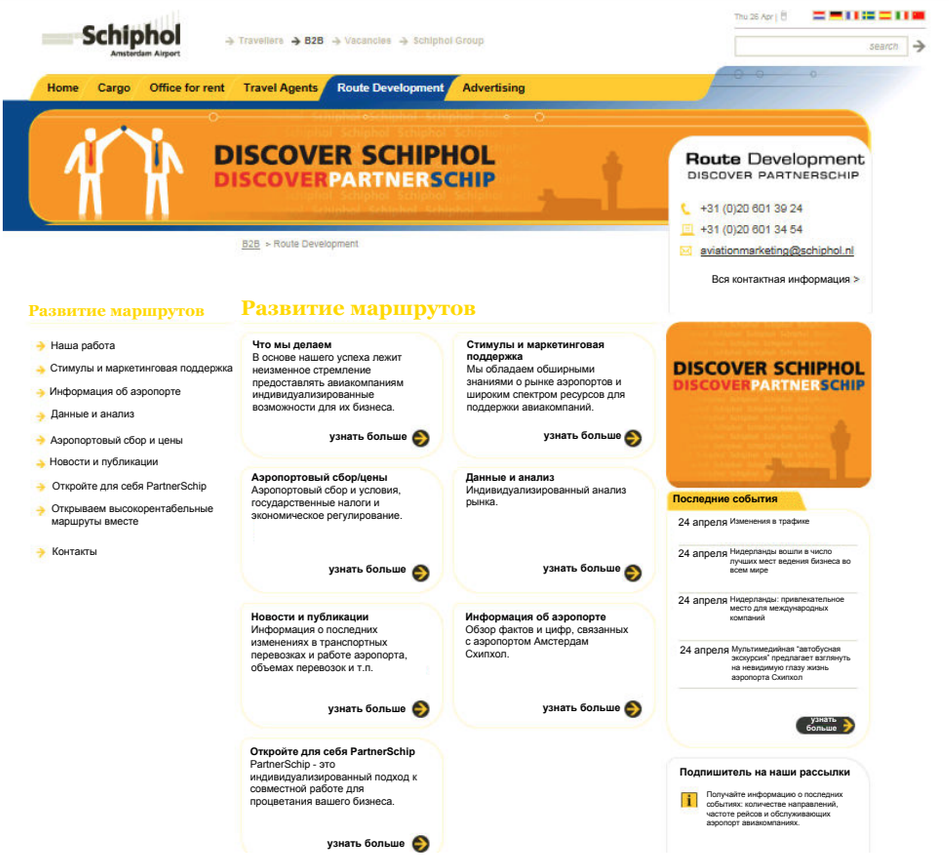
В разделе 5.1 рассматривается рост активности аэропортов в развитии маршрутов. В разделе 5.2 представлены примеры усиления конкуренции между аэропортами за цену и качество. Особое внимание уделяется влиянию, которое оказывают расширение аэропортов и выход на рынок новых аэропортов (раздел 5.3).

5.1 Развитие авиамаршрута

Деятельность по развитию авиамаршрута - это маркетинговая деятельность, осуществляемая аэропортами с целью привлечения новых маршрутов, например, через участие в конференциях по их развитию, предложение схем стимулирования, встречи с авиакомпаниями, заказные отчеты авиакомпаниям и т.д.

Аэропорты начали прилагать значительные усилия по развитию маршрутов относительно недавно. Всего лишь десять лет назад количество аэропортов, имеющих маркетинговый персонал, было немногочисленным. Сегодня в большинстве европейских аэропортов, больших и малых, есть маркетологи, занимающиеся развитием маршрутов. На примере веб-страницы аэропорта Схипхол мы видим, что такой персонал формирует значительную часть широких публичных презентаций многих аэропортов, см. рис. 5.1.

Рисунок 5.1 Развитие маршрутов в аэропорте Схипхол



Источник: аэропорт Схипхол, http://www.schiphol.nl/B2B/RouteDevelopment.htm.

Вопросы развития маршрутов

Источники нового трафика проливают свет на вопрос, почему аэропорты прилагают так много усилий для развития маршрутов. Новые маршруты — это ключ к росту. В период 2005-2011 гг. на них приходилось 79% расширения трафика в Европе, тогда как на существующие маршруты приходилось лишь 21% всего роста, см. рис. 5.2.

Рисунок 5.2 Источник новых провозных мощностей на регулярных европейских рейсах, 2005-2011 гг.



Примечание: согласно данным Avia Solutions, результаты основываются на данных беспересадочных вылетающих рейсов из аэропортов Западной Европы; данные лета 2005 г. сравниваются с летом 2011 г.

Источник: Avia Solutions, «Прогноз перевозок и развитие маршрутов», Джонатан Нейлор, 3 марта 2011 г.

Средства, потраченные на развитие маршрутов

Существует мало полноценных свидетельств увеличения доли средств, направленных на развитие маршрутов. Но несколько примеров являются показательными. В 2000 г. маркетинговый персонал аэропорта Копенгаген составлял два человека. К 2005 г. он удвоился, а в начале 2012 г. составлял уже восемь человек, см. Таблицу 5.1.

Таблица 5.1 Маркетинговый персонал аэропорта Копенгаген

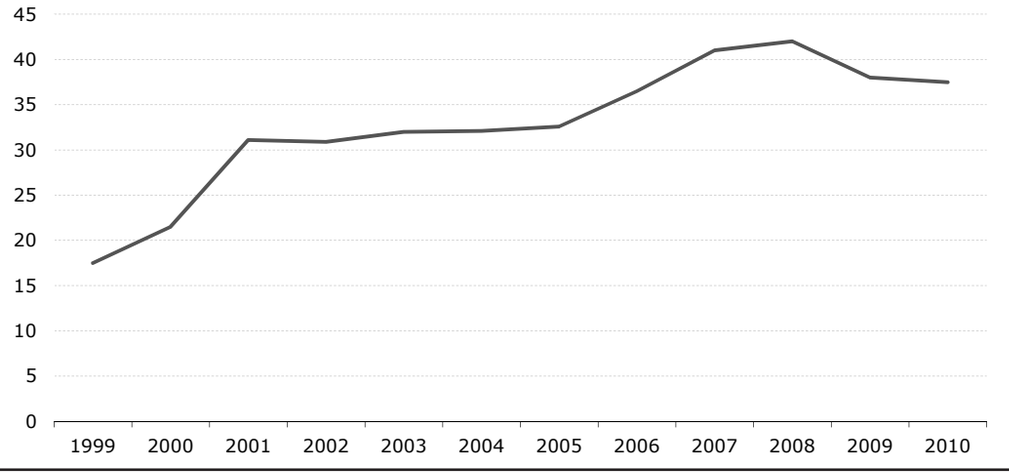
	2000	2005	2012*
Штатные сотрудники	2	4	8

Примечание: * Данные за апрель 2012 г.

Источник: информация от аэропорта Копенгаген.

Другой пример — аэропорт Цюрих. В период между 1999 и 2010 гг. затраты аэропорта на маркетинг и продажи возросли более чем вдвое, см. рис. 5.3.

Рисунок 5.3 Затраты на маркетинг в аэропорту Цюрих, 1999-2010 гг. (1 000 швейцарских франков)



Источник: InterVISTAS, на основании различных годовых отчетов аэропорта Цюрих.

Опрос, проведенный ASM Aviation в 2009 г., дает понимание важности развития маршрутов[77]. Опрос охватывает более 100 аэропортов всех размеров из разных стран. 59% — это аэропорты Европы, остальные — из других регионов мира.

Опрос показал, что 96% участвовавших в нем европейских аэропортов активно предлагали себя авиакомпаниям. Доля активных аэропортов была неизменно высокой, и это касается аэропортов всех размеров и во всех регионах. Участие в конференциях по вопросам развития маршрутов было самой широко распространенной формой маркетинговой деятельности, а второй по значимости — встречи с представителями авиакомпаний в их офисах. Две трети аэропортов представили индивидуализированные отчеты для авиакомпаний, см. рис. 5.4.

[77] ASM, «Изучение тенденций и общего состояния отрасли — результаты промежуточного исследования» вебинар в прямом эфире, июль 2009 г.

Рисунок 5.4 Как европейские аэропорты предлагают себя авиакомпаниям?

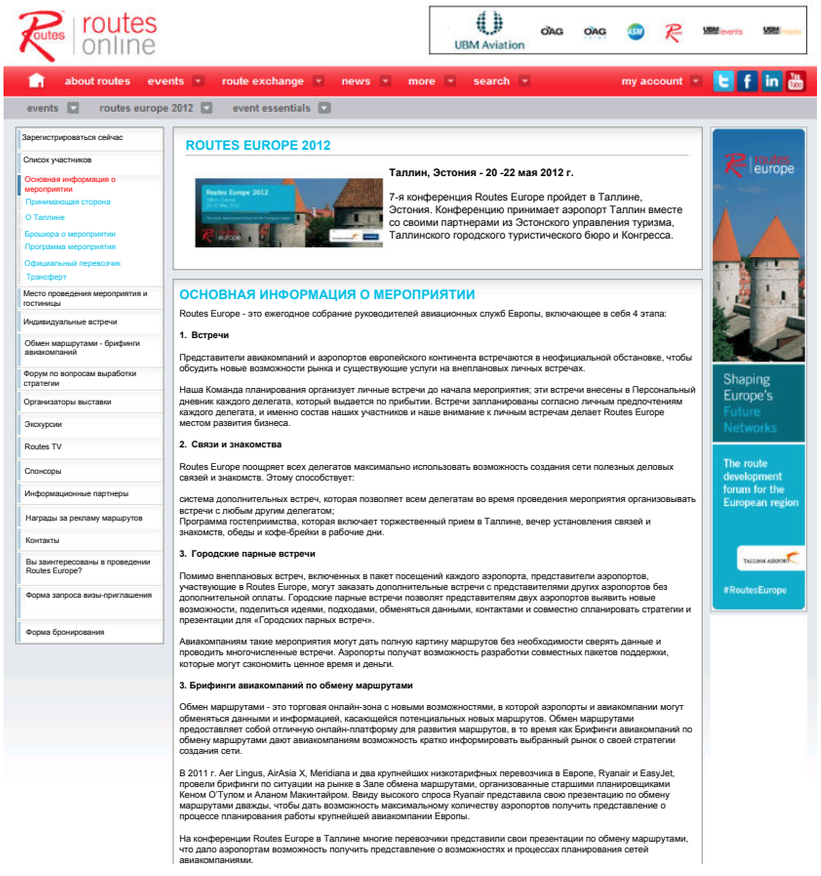


Примечание: на основании ответов, полученных от 100 аэропортов, 59% из которых были европейскими.

Источник: ASM, «Изучение тенденций и общего состояния отрасли, результаты промежуточного исследования», вебинар в прямом эфире, июль 2009 г.

Ежегодные конференции *World Routes (Мировые маршруты)* и *Routes Europe (Маршруты Европы)* считаются наиболее важными конференциями по развитию маршрутов европейских аэропортов. Их посещают руководители авиационных служб со всей Европы. Подобные конференции проводятся и для других регионов во всем мире. Помимо неформального общения, программа конференции включает различные возможности встреч как для представителей аэропортов, так и для представителей авиакомпаний, с целью выявления возможностей развития новых маршрутов, см. рис. 5.5.

Рисунок 5.5 Программа конференции Routes Europe 2012



Примечание: конференция Routes Europe 2012, которая стала 7-й подобной конференцией, проводилась в Таллинне, Эстония, с 20 по 22 мая 2012 г.

Источник: веб-страница конференции, www.routesonline.com/events/146/routes-europe-2012/event-essentials/.

Рост посещения конференций Routes показывает, что аэропорты становятся более коммерчески-ориентированными и активными. Первая конференция World Routes состоялась в 1995 г., а первая конференция Routes Europe — в 2006 г. Routes Europe 2012 проводилась в Эстонии, ее посетили представители более 80 авиакомпаний и более 250 аэропортов[78].

Европа по сравнению с остальными странами

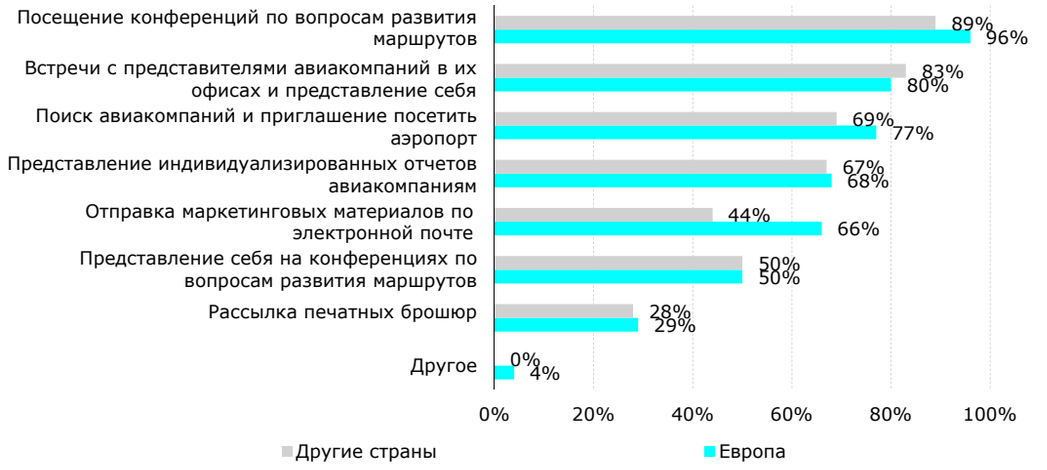
Сравнение Европы с остальными странами говорит о том, что конкурентное давление в Европе наиболее сильное. Что касается деятельности по развитию маршрутов, исследование, проведенное ASM Aviation в 2009 г.[79], показывает, что европейские аэропорты обычно более активны, чем аэропорты остальных стран. Данное исследование показывает, что представители европейских аэропортов являются более частыми посетителями конференций по вопросам развития маршрутов, чем представители аэропортов других стран. Они также более активно ищут авиакомпании и приглашают их посетить свой аэропорт.

[78] Собственные расчеты, основанные на списках участников, доступны на сайте www.routesonline.com.

[79] ASM, «Изучение тенденций и общего состояния отрасли - результаты промежуточного исследования», вебинар в прямом эфире, июль 2009 г.

Более того, они чаще отправляют маркетинговые материалы по электронной почте, см. рис. 5.6.

Рисунок 5.6 Дятельность аэропортов по развитию маршрутов, сравнение европейских и других стран



Примечание: на основании ответов, полученных от 100 аэропортов, 59% из которых были европейскими.

Источник: ASM, «Изучение тенденций и общего состояния отрасли, результаты промежуточного исследования», вебинар в прямом эфире, июль 2009 г.

Программы стимулирования маршрутов

Чтобы привлечь новый трафик, аэропорты все чаще предлагают авиакомпаниям различные формы начальной поддержки или программы стимулирования маршрутов. Типичное стимулирование включает один-два элемента из представленных ниже:

- скидка на аэропортовый сбор, предоставляемая компаниям на начальном этапе работы (посадочные и/или терминальные сборы);
- возмещение расходов на этапе введения маршрута, т. е. аэропорт покрывает определенные расходы, связанные с введением маршрута;
- гарантия доходов, т. е. аэропорт гарантирует, что авиакомпания достигнет определенного уровня доходов или коэффициента загрузки, в противном случае, аэропорт выплатит неполученные доходы или совершит доплату фиксированной суммы;
- маркетинговая поддержка, например, реклама и продвижение, осуществляемые аэропортом от имени авиакомпании, или финансирование аэропортом маркетинговых расходов авиакомпании.

Стимулы для развития маршрутов часто предлагаются и финансируются соответствующим аэропортом в рамках обычного развития бизнеса. Но они также часто предлагаются, координируются или финансируются государственными органами, местными торговыми палатами или другими структурами, заинтересованными в улучшении местного авиационного обслуживания. Более того, данные схемы часто реализуются в виде Фонда развития маршрутов (ФРМ), открытого для заявок всех заинтересованных авиакомпаний. Примером является шотландский Фонд развития авиамаршрутов[80], который финансировался за счет бюджета и работал с 2003 по 2007 гг.

[80] Шотландский Фонд развития авиамаршрутов был основан в ноябре 2002 г. Его целью была поддержка новых маршрутов с 2003 г. по 31 мая 2007 г. Фонд финансировался за счет бюджета. Его задачей было предоставление льгот для введения новых прямых маршрутов в Шотландию и из нее. Предполагалось, что доступ к авиационным услугам является ключевой движущей силой экономического роста.

К сожалению, комплексной статистики или данных опросов по использованию схем стимулирования маршрутов не существует. Однако из результатов исследования ряда различных аэропортов очевидно, что такие стимулы нацелены на наиболее крупные сегменты перевозок, включая маршруты малой протяженности, транзитные маршруты и маршруты большой протяженности. Схема стимулирования, предложенная аэропортом Вены, представляет собой соответствующий пример, см. рис. 5.7.

Следует отметить, что любая схема стимулирования, используемая аэропортами или их партнерами, должна соответствовать европейским правилам по предоставлению государственного субсидирования[81], а применение таких правил, которые в настоящее время находятся на рассмотрении Европейской Комиссии, должно обеспечивать однородную конкурентную среду для реализации конкуренции аэропортов.

Фонд развития авиамаршрутов должен был способствовать договоренностям о разделе риска между аэропортами и авиакомпаниями, см. Скотт Уилсон, «Шотландское предприятие», «Шотландское правительство», VisitScotland и Highlands & Islands Airports Limited (HIAL), «Оценка шотландского Фонда развития авиамаршрутов», итоговый отчет, ноябрь 2009 г.

[81] Согласно действующим правилам государственного субсидирования: «Правила сообщества по финансированию аэропортов и предоставления субсидий на начальном этапе работы авиакомпаниям, осуществляющим рейсы из региональных аэропортов» (2005/C 312/01).

Рисунок 5.7 Схема стимулов аэропорта Вены

1. СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРАНЗИТНЫХ РЕЙСОВ

1. Введение

VIE (Венский международный аэропорт) предлагает всем регулярным авиаперевозчикам программу с равными возможностями для всех участников, созданную для продвижения транзитных рейсов, а также поддержки функционирования авиаузла Венский международный аэропорт.

2. Условия получения прав на Стимулирование транзитных рейсов

- Любая авиакомпания, которая оплачивает расходы на обслуживание пассажиров согласно действующим на данный момент Тарифным правилам VIE, имеет право на Стимулирование транзитных рейсов.
- Транзитный пассажир - это путешественник, который, в ходе поездки по местному направлению, делает пересадку в Венском международном аэропорту
- Из одного самолета в другой, принадлежащий одной и той же авиакомпании и имеющий другой номер рейса, или о из самолета одной авиакомпании в самолет другой авиакомпании.
- Пересадка должна быть совершена минимум в течение Минимального стыковочного времени и максимум в течение 6 часов после планового прибытия прилетевшего рейса.
- Основой расчета является количество вылетающих транзитных пассажиров соответствующей авиакомпании, сообщаемое в электронном виде агентом по пассажирским операциям (агентом по (само)обслуживанию). Регистрация обратного рейса в Стимулирование не входит.
- В случае рейсов с совместным использованием кодов право на Стимулирование имеет только перевозчик, выполняющий рейс.
- Авиакомпания должна предоставить VIE надлежащее доказательство своего права на Стимулирование, а также количественные данные по транзитным пассажирам, которые отвечают условиям программы.
- Между VIE и соответствующей авиакомпанией должен быть заключен договор о стимулировании транзитных рейсов.
- VIE оставляет за собой право в любое время и без какого-либо обоснования аннулировать или вносить изменения в настоящую Программу стимулирования или ее часть. Также VIE оставляет за собой безусловное право на окончательное решение, всецело касающееся предоставления права на получение Стимулирования транзитных рейсов, исключая любые обращения за правовой помощью.

3. Услуги, предоставляемые VIE

- Стимулирование транзитных рейсов - это:
  8,21 евро за каждого вылетающего пассажира для
  авиакомпании, которая соответствует условиям, изложенным выше.
- Оплата осуществляется в ЕВРО по завершении календарного года до февраля следующего года, или после окончания срока действия договора, на основании соответствующих документов. Возможно согласование предоплаты. До фактической оплаты авиакомпания должна иметь в наличии все счета, выставленные надлежащим образом в адрес VIE - это относится ко всем деловым отношениям между VIE и авиакомпанией.

2. СТИМУЛИРОВАНИЕ РОСТА

1. Введение и цели

VIE (Венский международный аэропорт) делает авиакомпаниям предложение с равными возможностями для всех участников, разработанное с целью увеличения количества рейсов (Стимулирование количества рейсов, Стимулирование большего количества рейсов), содействия появлению новых маршрутов (Стимулирование новых направлений) и укрепления позиций авиаузла. Данный шаг также осуществлен в результате событий 11 сентября 2001 г., появления атипичной пневмонии и экономического кризиса и вытекающих из него последствий для авиационной отрасли.

Стимулирование направлений, а также появления новых и увеличения количества существующих рейсов разработано для поддержки:

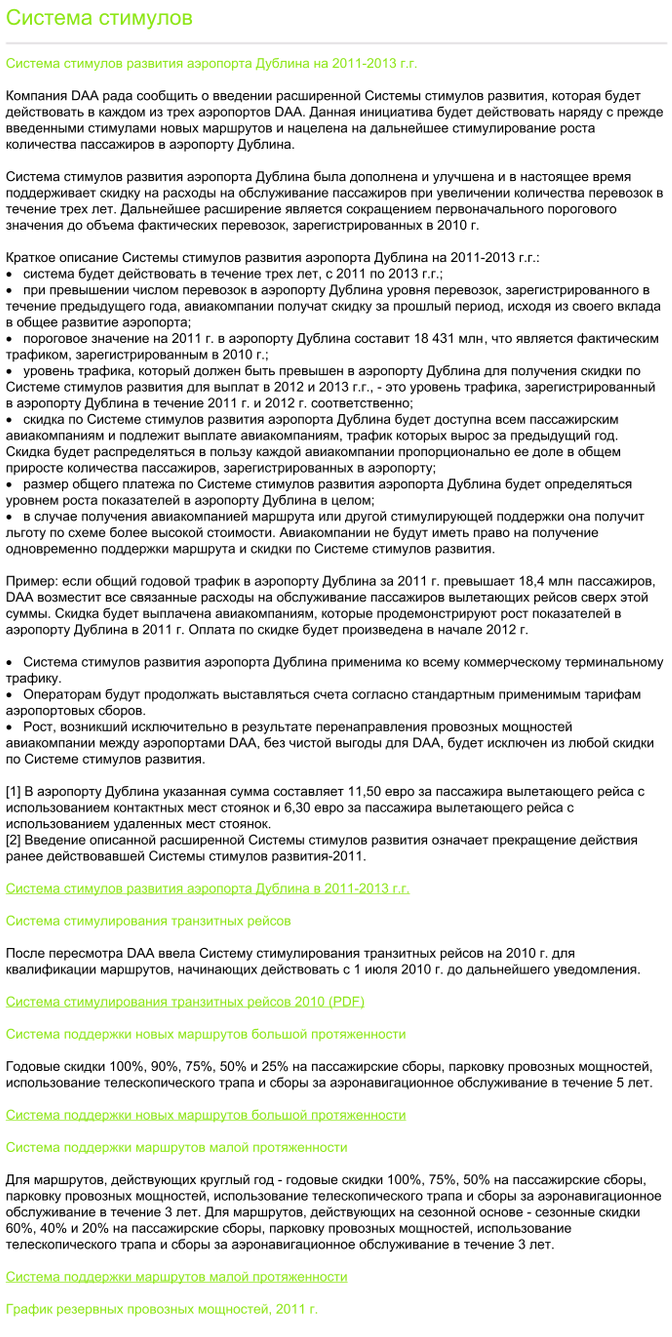
- новых направлений (Стимулирование направлений);
- новых/дополнительных рейсов (Стимулирование новых рейсов);
- количества рейсов в неделю (Стимулирование увеличения количества рейсов)

из аэропорта VIE и в него, с целью продвижения портфеля предложений маршрутов, а также количества путей сообщения.

Источник: аэропорт Вены, «Программы стимулирования аэропорта Вены», действительны с 1 апреля 2010 г., http://www.viennaairport.com/jart/prj3/va/main.jart?rel=en&contentid=1249344074256&reserve- mode=active

Еще один наглядный пример следует из схемы, предложенной аэропортом Дублина, см. рис. 5.8.

Рисунок 5.8 Схема стимулов аэропорта Дублина



Система стимулов

Система стимулов развития аэропорта Дублина на 2011-2013 г.г.

Компания DAA рада сообщить о введении расширенной Системы стимулов развития, которая будет действовать в каждом из трех аэропортов DAA. Данная инициатива будет действовать наряду с прежде введенными стимулами новых маршрутов и нацелена на дальнейшее стимулирование роста количества пассажиров в аэропорту Дублина.

Система стимулов развития аэропорта Дублина была дополнена и улучшена и в настоящее время поддерживает скидку на расходы на обслуживание пассажиров при увеличении количества перевозок в течение трех лет. Дальнейшее расширение является сокращением первоначального порогового значения до объема фактических перевозок, зарегистрированных в 2010 г.

Краткое описание Системы стимулов развития аэропорта Дублина на 2011-2013 г.г.:
- система будет действовать в течение трех лет, с 2011 по 2013 г.г.;
- при превышении числом перевозок в аэропорту Дублина уровня перевозок, зарегистрированного в течение предыдущего года, авиакомпании получат скидку за прошлый период, исходя из своего вклада в общее развитие аэропорта;
- пороговое значение на 2011 г. в аэропорту Дублина составит 18 431 млн, что является фактическим трафиком, зарегистрированным в 2010 г.;
- уровень трафика, который должен быть превышен в аэропорту Дублина для получения скидки по Системе стимулов развития для выплат в 2012 и 2013 г.г., - это уровень трафика, зарегистрированный в аэропорту Дублина в течение 2011 г. и 2012 г. соответственно;
- скидка по Системе стимулов развития аэропорта Дублина будет доступна всем пассажирским авиакомпаниям и подлежит выплате авиакомпаниям, трафик которых вырос за предыдущий год. Скидка будет распределяться в пользу каждой авиакомпании пропорционально ее доле в общем приросте количества пассажиров, зарегистрированных в аэропорту;
- размер общего платежа по Системе стимулов развития аэропорта Дублина будет определяться уровнем роста показателей в аэропорту Дублина в целом;
- в случае получения авиакомпанией маршрута или другой стимулирующей поддержки она получит льготу по схеме более высокой стоимости. Авиакомпании не будут иметь право на получение одновременно поддержки маршрута и скидки по Системе стимулов развития.

Пример: если общий годовой трафик в аэропорту Дублина за 2011 г. превышает 18,4 млн пассажиров, DAA возместит все связанные расходы на обслуживание пассажиров вылетающих рейсов сверх этой суммы. Скидка будет выплачена авиакомпаниям, которые продемонстрируют рост показателей в аэропорту Дублина в 2011 г. Оплата по скидке будет произведена в начале 2012 г.

- Система стимулов развития аэропорта Дублина применима ко всему коммерческому терминальному трафику.
- Операторам будут продолжать выставляться счета согласно стандартным применимым тарифам аэропортовых сборов.
- Рост, возникший исключительно в результате перенаправления провозных мощностей авиакомпании между аэропортами DAA, без чистой выгоды для DAA, будет исключен из любой скидки по Системе стимулов развития.

[1] В аэропорту Дублина указанная сумма составляет 11,50 евро за пассажира вылетающего рейса с использованием контактных мест стоянок и 6,30 евро за пассажира вылетающего рейса с использованием удаленных мест стоянок.
[2] Введение описанной расширенной Системы стимулов развития означает прекращение действия ранее действовавшей Системы стимулов развития-2011.

Система стимулов развития аэропорта Дублина в 2011-2013 г.г.

Система стимулирования транзитных рейсов

После пересмотра DAA ввела Систему стимулирования транзитных рейсов на 2010 г. для квалификации маршрутов, начинающих действовать с 1 июля 2010 г. до дальнейшего уведомления.

Система стимулирования транзитных рейсов 2010 (PDF)

Система поддержки новых маршрутов большой протяженности

Годовые скидки 100%, 90%, 75%, 50% и 25% на пассажирские сборы, парковку провозных мощностей, использование телескопического трапа и сборы за аэронавигационное обслуживание в течение 5 лет.

Система поддержки новых маршрутов большой протяженности

Система поддержки маршрутов малой протяженности

Для маршрутов, действующих круглый год - годовые скидки 100%, 75%, 50% на пассажирские сборы, парковку провозных мощностей, использование телескопического трапа и сборы за аэронавигационное обслуживание в течение 3 лет. Для маршрутов, действующих на сезонной основе - сезонные скидки 60%, 40% и 20% на пассажирские сборы, парковку провозных мощностей, использование телескопического трапа и сборы за аэронавигационное обслуживание в течение 3 лет.

Система поддержки маршрутов малой протяженности

График резервных провозных мощностей, 2011 г.

Источник: домашняя страница аэропорта Дублина, www.dublinairport.com/gns/about-us/aviationbusiness-development/incentive-schemes.aspx.

В обмен на предложенные системы стимулов аэропорты все больше стремятся заключать с авиакомпаниями индивидуализированные долгосрочные контракты[82]. Помимо предоставления аэропортом скидок на свои сборы, такие контракты обычно включают обязательства как со стороны аэропорта, так и со стороны авиакомпаний. Аэропорт обычно обязуется обеспечивать определенный уровень качества обслуживания, например, минимальное время на подготовку к обратному рейсу и маркетинговую деятельность от имени авиакомпании. Если контракт предусматривает более длительный срок действия, обязательством для аэропорта также могут стать будущие инвестиции. Авиакомпании, в свою очередь, часто обязуются обеспечивать определенный уровень операций, осуществляемых из аэропорта. Иногда контракт обеспечивает аэропорт комфортными гарантиями относительно минимального объема пассажиропотока.

5.2 Конкуренция услуг и цен

Аэропорты также реагируют на увеличение конкуренции путем регулирования цен в целом, а также уровня услуг[83]. Многие аэропорты внедрили модернизацию услуг и повышение качества. Факты говорят о том, что европейские аэропорты приняли более конкурентную ценовую политику. Ниже описаны примеры такого конкурентного поведения.

Повышение качества: трафик прямых маршрутов

Для привлечения трафика прямых маршрутов многие аэропорты стараются улучшить качество своих услуг, предоставляемых авиакомпаниям.
К примеру, они предлагают укороченное время на подготовку к обратному рейсу, модернизируют новые продукты, предназначенные для выбранных авиакомпаний, например, низкотарифных перевозчиков, и вкладывают инвестиции в расширение своей зоны охвата.

Для привлечения большего трафика низкотарифных перевозчиков некоторые аэропорты создали специальные низкотарифные терминалы. В большинстве особо крупных аэропортов существующие терминалы спроектированы таким образом, чтобы удовлетворять запросы перевозчиков полного обслуживания, что подразумевает высокий уровень удобства и комфорта и требует применения дорогостоящих материалов. И наоборот, низкотарифные терминалы спроектированы таким образом, чтобы удовлетворять запросы низкотарифных перевозчиков в отношении минимального обслуживания и эффективных технических средств по разумной цене.

Исследование, проведенное в 2010 г., выявило наличие специальных низкотарифных терминалов в девяти аэропортах Европы. Самый старый был введен в эксплуатацию в 2003 г. в Тампере, Финляндия, тогда как самые новые в Копенгагене и Бордо стали использоваться с 2010 г., см. Таблицу 5.2.

[82] Условия этих контрактов обычно конфиденциальные, но, судя по результатам последних исследований, можно указать их основные функции с некоторой степенью конфиденциальности, см. Дэвид Старки (2012),»Европейские аэропорты и авиакомпании: развитие отношений и нормативные последствия», Journal of Air Transport Management 21 (2012) 40-49.

[83] Следует обратить внимание, что скидки на развитие маршрутов, упомянутые выше, являются эффективно спланированной корректировкой цен.

Таблица 5.2 Примеры низкотарифных терминалов в Европе, 2010 г.

Аэропорт	Год открытия	Тип терминала
Аэропорт Тампере-Пирккала	2003	Обновленный бывший грузовой терминал 2
Аэропорт Будапешта	2005	Терминал 1 переоборудованный
Аэропорт Амстердама	2005	Пирс H существующий терминал
Аэропорт Марселя	2006	Переоборудованное старое грузовое помещение
Аэропорт Бремена	2007	Переоборудованное старое складское помещение
Аэропорт Лиона	2008	Переоборудованное старое грузовое помещение
Аэропорт Копенгагена	2010	Новый терминал
Аэропорт Бордо	2010	Новый терминал

Источник: «Создают ли специальные низкотарифные пассажирские терминалы конкурентные преимущества для аэропортов?» Эрик Чуаму Нйоя, Ханс-Мартин Нимайер, Школа международного бизнеса, Университет прикладных наук, Бремен, Германия.

Особым примером является аэропорт Бордо. В июне 2010 г. он стал третьим французским аэропортом, открывшим специальный низкотарифный терминал[84]. Новый терминал был создан для того, чтобы сократить время на подготовку к обратному рейсу по низкой цене, см. рис. 5.9.

Рисунок 5.9 Терминал «Билли Бордо Иллико»



Источник: аэропорт Бордо-Мериньяк, http://www.bordeaux.aeroport.fr/en/low-cost/terminal-billi-en.

[84] Двумя другими являются аэропорты Марселя и Лиона.

Многие аэропорты также сделали инвестиции в расширение зон охвата, которые в будущем могут увеличить количество потенциальных пассажиров в аэропорту и, таким образом, подстегнуть конкуренцию с соседними аэропортами. Например, в октябре 2007 г. была открыта новая станция метро в аэропорту Копенгагена. Строительство ветки метро финансировалось за счет бюджета, но аэропорты Копенгагена также вложили инвестиции и построили станцию в аэропорту таким образом, чтобы она была частью комплекса терминала, и пассажиры могли дойти пешком от станции до терминалов, не выходя на улицу. Теперь поездка от аэропорта в центр Копенгагена занимает 14 минут[85].

Еще одним примером является аэропорт Франкфурта. В нем две железнодорожные станции: одна для пригородных/региональных поездов (открыта в 1972 г.) и одна для поездов дальнего следования (открыта в 1999 г.). Исходя из информации, изложенной на веб-странице аэропорта, очевидно, что компания, обслуживающая аэропорт, «Фрапорт АГ», придает большое значение интермодальности аэропорта, см. рис. 5.10.

Рисунок 5.10 Размышления о значении интермодальности в аэропорту Франкфурта

FRA соединяет авиационные, железнодорожные и автомобильные перевозки

Компания «Фрапорт АГ» - лидер в развитии концепции интермодальных пассажирских перевозок, к которым относится интеграция авиационных, железнодорожных и автомобильных перевозок. Железнодорожный вокзал поездов дальнего следования FRA также предопределил будущее авиаузла смешанных перевозок во Франкфурте. Через железнодорожный вокзал поездов дальнего следования авиапассажиры, прибывающие во Франкфурт и отправляющиеся из него, получают прямой доступ к сети междугородних экспрессов «Дойче Банн» (Немецкая железная дорога).

Аэропорты, имеющие технические возможности для интермодальных перевозок, обладают серьезным конкурентным преимуществом, поскольку интермодальность способствует появлению дополнительного трафика: интеграция аэропорта Франкфурта в сеть высокоскоростных железных дорог «Дойче Банн» расширила зону охвата аэропорта по сравнению с аэропортами без железнодорожных вокзалов для поездов дальнего следования. Благодаря этому усилилась функциональность авиаузла, увеличилось количество пассажиров и было получено важное конкурентное преимущество. В Одновременно, перемещение авиационного трафика на железную дорогу в некотором смысле ослабляет нагрузку на провозные мощности рейсов. Например, время на посадку и отправление, освобождаемое за счет передачи рейсов большой протяженности железной дороге, может использоваться для срочно затребованного расширения обслуживания межконтинентальных рейсов.

При условии дальнейшего расширения европейской сети высокоскоростных железных дорог, FRA станет одним из самым важных интегрированных транспортных центров континента. Важным шагом в этом направлении стало открытие нового высокоскоростного железнодорожного маршрута между FRA и Кёльном в августе 2012 г. Новый маршрут удвоил количество поездов, проходящих через железнодорожную станцию поездов дальнего следования, и уменьшил время в пути между Франкфуртом и, например, Амстердамом, Брюсселем, Кёльном, Дортмундом и Мюнстером примерно на один час, в результате чего увеличилась зона охвата FRA. Кроме того, интегрированный в аэропорт Франкфурта вокзал региональных поездов обеспечивает быстрое сообщение между аэропортом, Франкфуртом и регионом Рейн-Майн.

Интермодальность - это центральный фактор успеха аэропорта Франкфурта.

Железнодорожный вокзал для поездов дальнего следования:	- 174 высокоскоростных поезда дальнего следования в день (2011) - 454 000 пассажиров в месяц (2011)
Вокзал для региональных поездов:	- 223 электрички и региональных поезда в день (2011) - 282 000 пассажиров в месяц (2011) - время в пути до центра Франкфурта: 15 минут
Автомобильная дорога:	- прямой доступ к пересечению важнейших автобанов Германии - A5 (север/юг) и A3 (восток/запад)
Парковка:	- 28 500 сооружений для парковки автомобилей
Автобусный терминал:	- 240 остановок автобусов местного и регионального общественного транспорта в день

Источник: «Фрапорт АГ», http://www.fraport.com/content/fraport-ag/en/products_services/intermodality.html.

[85] См. http://www.cph.dk/CPH/UK/ABOUT+CPH/History/The+airport+today+2000+plus.htm.

Повышение качества транзитных перевозок

Для привлечения транзитных перевозок многие авиакомпании активно ищут возможность улучшить свой транзитный продукт.

Сокращение времени пересадки (времени стыковки) — основной способ улучшить транзитное обслуживание. Анализ 18 крупнейших европейских авиаузлов, выполненный SEO Analysis, показывает, что, благодаря их усилиям для получения конкурентного преимущества, снизилось среднее время пересадки в аэропортах Европы. В среднем, в 2011 г. время пересадки стало на 10 минут короче по сравнению с 2002 г. Другим способом привлечения транзитных перевозок является улучшение качества транзитного продукта, например, в части информирования и создания специальных зон, предназначенных для транзитных пассажиров.

Аэропорт Копенгагена (CPH) — это особый пример аэропорта, который нашел способ улучшить свое транзитное обслуживание. В январе 2010 г. аэропорт начал новое особое транзитное сотрудничество со своей магистральной авиакомпанией, SAS. Первой конкретной целью было сокращение минимального времени стыковки с 40 до 30 минут, что позволило добавить 70 дополнительных ежедневных рейсов SAS из CPH и сделало CPH более конкурентоспособным на определенных транзитных маршрутах. Еще одной целью стало улучшение транзитного обслуживания аэропорта Копенгагена по качественным показателям, см. Статью 5.1.

Статья 5.1 Особое расширенное транзитное сотрудничество между аэропортом Копенгагена и SAS

В 2010 г. CPH заключил стратегическое партнерство с SAS, часть которого, «Пересадки мирового уровня», была предназначена для того, чтобы сделать CPH одним из лучших в мире транзитных аэропортов. Первой конкретной целью было сокращение минимального времени стыковки с 40 до 30 минут, что позволило добавить 70 дополнительных ежедневных рейсов SAS из CPH и сделало CPH более конкурентоспособным на определенных транзитных маршрутах.

Транзитный продукт также был улучшен. Данная инициатива предполагала, что транзитных пассажиров в аэропорту Копенгагена в зоне прибытия теперь будет встречать экран со специальной информацией о пересадке. Экраны показывают первые восемь сообщений для пассажиров прибывших самолетов. Помимо информации для данной секции, экраны также показывают, сколько времени (в минутах) требуется, чтобы дойти до специальной зоны отправления. Экраны помогают пассажирам ориентироваться в аэропорту, быстрее и эффективнее находить дорогу.

Кроме того, для пассажиров коротких рейсов в аэропорту Копенгагена был внедрен специальный процесс обработки багажа. Он предназначен для того, чтобы обеспечить доставку транзитного багажа до пересадочного рейса.

В 2010 г. изменения помогли увеличить долю транзитных пассажиров в CPH, которая ранее, начиная с 2000г., стабильно снижалась. Несколько примеров пересадок, упоминаемых CPH, показывают улучшение транзитного продукта:

Маршрут	Время в пути через CPH до транзитной инициативы	Время в пути через CPH после транзитной инициативы
Ганновер - Хельсинки	5:50	3:15
Ганновер - Готенбург	5:30	2:20
Варшава - Берген	5:20	3:20

Источник: Copenhagen Economics, на основании интервью с руководством аэропорта Копенгагена, Терминал А, и Ведомством конкуренции и потребителей Дании.

Терминал 5 лондонского Хитроу — еще один пример вложения инвестиций, которое принесло несомненную пользу как аэропорту, так и его клиентам. Ввод в эксплуатацию Терминала 5 в марте 2008 г. ознаменовал начало новой эры в жизни Хитроу. Однако, исходя из публичных заявлений, сделанных British Airways, также становится очевидным, что Терминал 5 оказывает огромное положительное влияние на клиентов его авиакомпаний.

Например, в презентации инвестора от 2007 г.[86] авиакомпания объяснила как Терминал 5 стал великолепной возможностью для British Airways, поскольку он позволил улучшить условия обслуживания пассажиров, сделать управление провозными мощностями более эффективным и внедрить новые и более эффективные способы работы. Кроме того, компания British Airways оценила годовое сокращение затрат на сумму около 40 миллионов фунтов стерлингов.

Для того чтобы улучшить общую эффективность операций в аэропорту, была разработана концепция Аэропорта CDM (совместное принятие решений)[87]. Концепция Аэропорта CDM — это способ организации совместной эффективной работы в аэропорту, достигаемой путем усовершенствования процесса принятия решений через обмен соответствующей актуальной информацией, а также учета предпочтений, доступных ресурсов и требований участников работы

[86] См. «07.03.2007: презентация Investor Day 2007», http://www.iairgroup.com/phoenix.html?c=240949&p=irol-<http://www.iairgroup.com/phoenix.zhtml?c=240949&p=irol-> presentations.

[87] Настоящий раздел основан на информации, представленной на веб-сайте European CDM, http://www.euro-cdm.org/.

аэропорта (таких как операторы авиакомпаний, авиадиспетчерская служба, агенты по оформлению и руководство аэропорта). Целью является более эффективная совместная работа всех сторон и более прозрачный обмен информацией. Аэропорт CDM нацелен на улучшение общей эффективности операций в аэропорту, с особым акцентом на подготовке провозных мощностей к повторному вылету и процессе установления последовательности операций перед их вылетом.

В 2011 г. ожидалось, что к концу года система CDM будет полностью внедрена в восемь крупных аэропортов Европы[88] и частично - в восемь других[89]. Анализ затрат и выгод 2008 г., исходящий из результатов проведенного исследования в аэропортах Барселоны, Брюсселя, Мюнхена и Цюриха, делает вывод о том, что аэропорт CDM мог создавать большие преимущества для участвующих сторон по умеренной цене. От каждого отдельного партнера аэропорта требуются незначительные инвестиции: во многих случаях можно использовать существующее оборудование, объекты и услуги лишь с небольшими изменениями.

Анализ также показал, что объединенный коэффициент рентабельности был в районе 9 и что все стороны имели положительную прибыль на инвестиции со второго года и в дальнейшем, см. Таблицу 5.3.

Таблица 5.3 Общие результаты анализа затрат и выгод аэропорта CDM

	Авиакомпании	Компании наземного обслуживания	Аэропорт	Авиационные диспетчеры	Всего
Соотношение выгод и затрат	8	14	8	6	9
Срок окупаемости	1 год	1 год	2 года	2 года	2 года

Примечание: модель аэропорта CDM (совместное принятие решений) была разработана как инструмент улучшения общей эффективности операций в аэропорту. Результаты, показанные в таблице, основаны на исследованиях, проведенных в аэропортах Барселоны, Брюсселя, Мюнхена и Цюриха.
Источник: Евроконтроль, «Анализ затрат и выгод аэропорта CDM», 2008, http://www.euro-cdm.org/.

Индикатор качества

Еще одним способом привлечения пассажиров (и авиакомпаний) является улучшение обслуживания пассажиров в аэропорту. С увеличением конкуренции за пассажиров и повышенным вниманием к пассажирскому обслуживанию и инфраструктуре, можно ожидать общей положительной динамики уровня удовлетворенности пассажиров в аэропортах Европы.

Программа ASQ Survey подтверждает это предположение. Она запущена в 2005 г., а первые результаты получены уже в первом квартале 2006 г. Данная программа является эталонным методом оценки удовлетворенности клиентов. Она охватывает 190 аэропортов в более чем 50 странах. Во всех аэропортах был использован один и тот же опросник и один и тот же метод[90]. В 2006 и 2011 гг. в ASQ приняли участие в общей сложности 38 аэропортов Европы. Средний балл для этих аэропортов в 2011 г. был на 8% выше, чем в 2006 г.

[88] Амстердам Схипхол, Франкфурт, Хельсинки, Лондон Гатвик, Лондон Хитроу, Париж Шарль де Голль, Прага и Цюрих, см. брошюру аэропорта CDM, http://www.euro-cdm.org/.

[89] Афины, Дублин, Ираклион, Лион, Манчестер, Родос, Вена и Варшава, см. брошюру аэропорта CDM, http:// www.euro-cdm.org/.

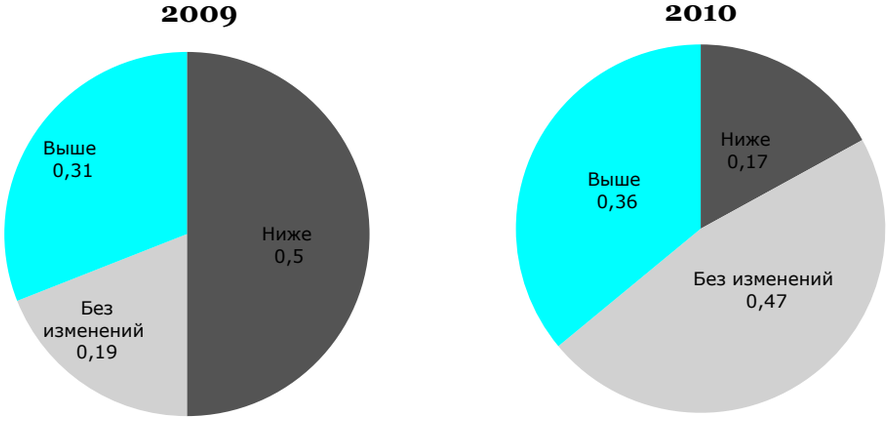
[90] Опрос ASQ проведен DKMA, http://www.asqawards.com/about-aci-dkma.

Аэропортовые сборы

Изменения в динамике аэропортовых сборов в ходе последнего экономического кризиса указывают на то, что аэропорты рассматривают авиационные сборы как инструмент поддержания или улучшения своих конкурентных позиций.

В течение 2009 г. общий пассажирооборот во всех аэропортах Европы снизился более чем на 5%. Несмотря на то, что рост перевозок снова стал позитивным в течение 2010 и 2011 гг., он не согласовывался с числом взлетно-посадочных операций, которое снизилось на 0,2% в 2010 г. и выросло на 4,1% в 2011 г[91]. Конкурентным ценовым ответом на это изменение могло стать снижение аэропортовых сборов, что сработало бы на упреждение потребностей клиентов авиакомпаний и потенциальное стимулирование перевозок. Почти 70% аэропортов Европы в 2009 г. либо уменьшили, либо сохранили свои сборы на одном уровне. В 2010 г. эта доля составляла 64%, см. рис. 5.11.

Рисунок 5.11 Изменения аэропортовых сборов, 2009 и 2010 гг.



Источник: Международный совет аэропортов Европы, «Экономический отчет», 2010 и 2011 гг.

Данный показатель подтверждается Обзором аэропортовых сборов, который выпускается ежегодно компанией LeighFisher (прежде — Jacobs Consultancy) и включает рейтинг сборов 50 крупных аэропортов, из которых 25 — европейские[92].

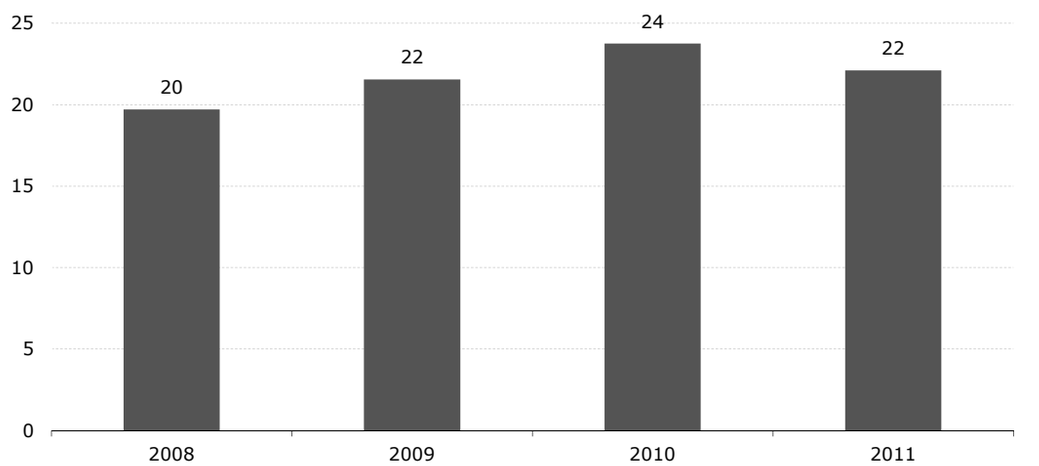
Рейтинговая система LeighFisher создана на основе конкретных типов провозных мощностей таким образом, чтобы низкие сборы подразумевали низкий рейтинг. При прочих равных условиях (таких как уровень инвестиций), более сильное конкурентное давление на европейские аэропорты должно вести к более медленному увеличению европейских сборов, чем в остальных странах. Это приведет к снижению среднего рейтинга европейских аэропортов в годовом Обзоре аэропортовых сборов.

[91] Международный совет аэропортов Европы, «Экономический отчет», 2011 г.

[92] Следует отметить, что прямое сравнение аэропортовых сборов в разных частях света может ввести в заблуждение, поскольку объем инфраструктуры, покрываемый сборами, может отличаться (например, если терминал финансируется и управляется непосредственно авиакомпанией).

Исследование 2011 г. подтверждает это предположение. Сравнение данных 2008 и 2011 гг. показывает, что средний рейтинг 25 европейских аэропортов улучшился (более низкий средний уровень) с 20 в 2002 г. до 22 в 2011 г.[93], см. рис. 5.12.

Рисунок 5.12 Средний рейтинг сборов 25 европейских аэропортов, 2008 и 2011 гг. (1=самые высокие сборы; 50=самые низкие сборы)



Примечание: в выборке представлены 50 аэропортов, 25 из них — европейские.
Самые низкие сборы соответствуют цифре 50, самые высокие — цифре 1.
Источник: Copenhagen Economics, на основании «Обзора аэропортовых сборов 2011 г.», LeighFisher, ноябрь 2011 г.

5.3 Расширение и выход на рынок

Сектор аэропортов также стратегически отреагировал на изменение рыночных условий. Данный раздел представляет примеры расширения и выхода аэропортов на рынок, что увеличило конкуренцию между аэропортами на пользу авиакомпаниям и пассажирам.

Расширение

Руководствуясь увеличением спроса на авиаперевозки, несколько аэропортов Европы вложили инвестиции в новые взлетно-посадочные полосы и терминалы. В Таблице 5.4 обобщено несколько примеров за последние годы.

[93] Из 25 европейских аэропортов, согласно данным 2008 г. и 2011 г., 17 улучшили свою позицию (повысили категорию); 7 ухудшили свою позицию (понизили категорию) и один не изменил свою позицию.

Таблица 5.4 Расширение выбранных крупных аэропортов, произошедшее за последние годы

Аэропорт	Расширение	Закончившийся год
Лондонский аэропорт Хитроу	Терминал 5	2008
Аэропорт Копенгагена	Новый низкотарифный терминал (CPH Go)	2010
Аэропорт Франкфурта	Четвертая взлетно-посадочная полоса и Терминал 3	2011 и по настоящее время
Аэропорт Мюнхена	Третья взлетно-посадочная полоса	В настоящее время
Аэропорт Абердина	Расширенная взлетно-посадочная полоса	2011
Аэропорт Корка	Новый терминал	2006
Аэропорт Лиссабона	Терминал 2	2007
Аэропорт Барселоны	Терминал 3 и третья взлетно-посадочная полоса	2009
Аэропорт Мадрида	Терминал 4 и две новые взлетно-посадочные полосы + новое железнодорожное сообщение - высокоскоростная железная дорога	2006/2010 (железнодорожное сообщение)
Аэропорт Бордо	Новый низкотарифный терминал	2010
Аэропорт Дублина	Новый терминал	2010
Аэропорт Бермингема	Новая взлетно-посадочная полоса	В настоящее время
Аэропорт Аликанте	Новый терминал	В настоящее время (2014)
Аэропорт Малаги	Новая взлетно-посадочная полоса	Открытие в июне 2012

Источник: Copenhagen Economics, на основании информации с веб-страниц аэропорта и www.airporttechnology.com.

Здесь приведены примеры возросшей конкуренции между аэропортами, вызванной описанным расширением. Например, как показано в Главе 3, расширения совершенно очевидно повлияли на конкуренцию авиаузлов между аэропортами Мюнхена и Франкфурта в Германии[94].

Выход на рынок

Конкуренция также подстегивалась выходом на рынок новых аэропортов. Как упоминалось в Главе 2, в 2008 г. аэропортов, обслуживающих коммерческие реактивные воздушные суда, в Европе стало на 81 больше, чем в 1996 г.[95].

Новые аэропорты продолжают выходить на рынок. Например, в Берлине открытие нового большого аэропорта запланировано на март 2013 г.[96]. Также в течение 2012 г. начнут работать два новых польских аэропорта (Модлин и Свидник)[97].

Выход на рынок в некоторых случаях может облегчать переоборудование бывших военных аэропортов. Примерами являются аэропорты Модлин, Веце и Любек.

[94] См., например, <http://news.monstersandcritics.com/europe/news/article_1669978.php/Frankfurt-Airport-opensfourth->runway-this-week.

[95] А. Рейнольдс-Фрайан (2010), «Характеристики сетей авиакомпаний: сравнение Северной Америки и Европы», *Journal of Air Transport Management*, №16, С. 121-126.

[96] См. http://berlin-airport.de/DE/Presse/BilderDownloadOrdner/BER_Wegweiser_Screen.pdf

[97] Модлин, бывший военный аэродром, расположенный недалеко от Варшавы, модернизирован на сумму 300 млн злотых и зарегистрирует своих первых пассажиров как раз накануне проведения Евро-2012. Максимальная пропускная способность планируется на уровне 2 млн пассажиров в год. Аэропорт вблизи Люблина, который польские масс-медиа называют Свидник, осуществит свои первые рейсы в октябре и станет первым польским аэропортом, построенным «с нуля», начиная со времен Второй мировой войны. Руководство аэропорта планирует обслужить в целом 300000 пассажиров за первый год, но этот объем может вырасти до 1 млн в год. Источник: Международный совет аэропортов, «Международные новости о развитии аэропортов», выпуск 01-2012.

Выход на рынок аэропорта Веце показывает, как появление аэропорта на рынке может способствовать усилению конкуренции между аэропортами. Аэропорт Веце — один из самых молодых в Европе, не использовавшийся для гражданской авиации до 2003 г. Тем не менее с общим пассажирооборотом 2,9 млн человек он стал третьим по величине аэропортом Северной Рейн-Вестфалии в 2010 г. Его основным клиентом является авиакомпания Ryanair, которая сделала этот аэропорт своей третьей базой в Германии, см. Статью 5.2.

Вставка 5.2 Хронология событий аэропорта Веце (открыт в мае 2003 г.)

1954-1999: использовался в качестве базы Королевских ВВС Великобритании (RAF).

2001: приобретен группой голландских инвесторов и одобрен для осуществления авиационных перевозок.

Май 2003: начинается регулярное обслуживание рейсов нового аэропорта. Три раза в день лондонский Станстед принимает рейсы низкотарифного перевозчика Ryanair. Вначале пассажиры проходят таможенную проверку во временно переоборудованном ангаре.

Август 2003: открыт новый терминал площадью 15 000 кв. м. Судебная жалоба от соседнего города Берген привела к сокращению авиаперевозок по выходным.

2004: Sky Airlines осуществляет свой первый вылет из Веце в Анталию. Ryanair расширяет сеть своих рейсов в регион Нижний Рейн: начав с расписания зимних рейсов, авиакомпания добавляет Глазго/Прествик и Барселону/Жирону в качестве направлений, обслуживаемых ежедневно.

2005: количество авиационных перевозок в 2005 г. - 591 774 пассажиров и 7 370 взлетов и посадок.

2006: 3-го января высший административный суд Мюнстера утверждает иск от 16 местных жителей и голландской общины Берген об отмене утверждения воздушного права. Апелляционное обжалование иска не разрешается. Районный суд Дюссельдорфа подает жалобу против отказа в апелляционном обжаловании. Выполнение рейсов продолжается. Вследствие юридической необеспеченности компании Hapagfly, Hamburg International и туристические операторы TUI, Thomas Cook, REWE Touristik, Alltours and Schauinsland-Reisen прекращают свои рейсы в Мальорку и Анталию. Тем временем Ryanair снова расширяет свою сеть рейсов из Веце: ирландский перевозчик осуществляет вылеты в Лондон (Станстед), Барселону (Жирона), Глазго (Прествик), Рим (Чампино), Стокгольм (Скавста) и Шаннон. Количество авиационных перевозок в 2006 г. - 585 403 пассажиров и 8 262 взлетов и посадок.

2007: авиационные перевозки в 2007 г. - 848 852 пассажиров (увеличение на 45% по сравнению с прошлым годом) и 10 009 взлетов и посадок (увеличение на 21% по сравнению с прошлым годом).

2008: Ryanair открывает два маршрута из Веце в Польшу. Начиная с 30 марта, низкотарифная авиакомпания обслуживает рейсы в Быдгощ (ранее известный как Бромберг) и Вроцлав (ранее известный как Бреслау). Результаты ежегодного опроса пассажиров: впервые аэропорт Веце используют в качестве аэропорта вылета больше голландцев, чем немцев. 52% всех пассажиров на вылетающие рейсы приехали из соседней страны. Объем перевозок в 2008 г. - 1,5 млн пассажиров, что составляет прирост на 80%.

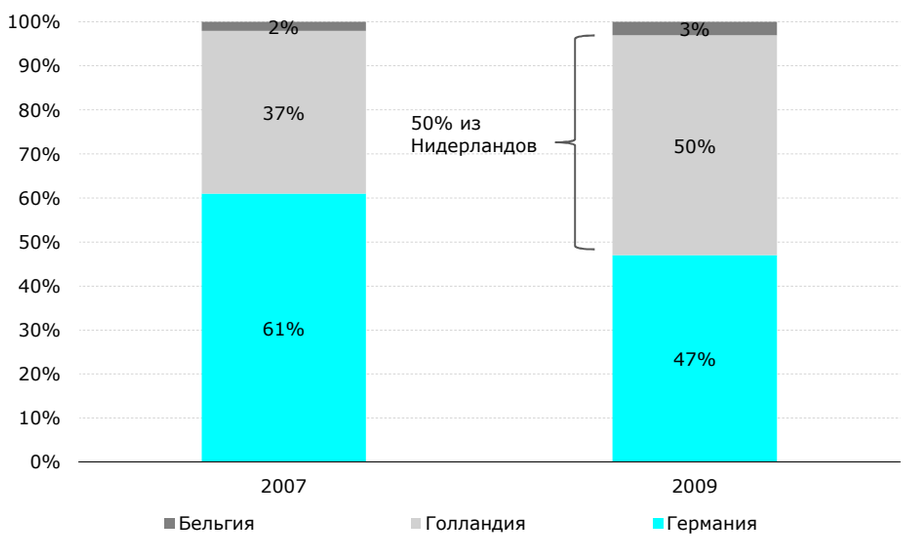
2009: авиационные перевозки в 2009 г. - 2,4 млн пассажиров, прирост на 58%. Наиболее высокий годовой темп роста среди 23 международных аэропортов Германии.

2010: авиационные перевозки в 2010 г. - 2,9 млн пассажиров, прирост на 20,6%.

Источник: Copenhagen Economics, на основании домашней страницы аэропорта Веце.

Происхождение вылетающих пассажиров оказывает влияние на конкуренцию не только в Германии, но также и в Нидерландах. Аэропорт Веце провел исследования географического происхождения своих пассажиров. Исследование 2009 г. показало, что в общей сложности 53% пассажиров вылетающих рейсов родом из Нидерландов, и только 47% — из Германии (главным образом, из Нижнего Рейна, Рура и бассейна Рейна), см. рис. 5.13.

Рисунок 5.13 Происхождение пассажиров аэропорта Веце, 2007 и 2009 гг.



Глава 6

Влияние изменений на конкурентные ограничения

В предыдущих главах мы показали независимость перевозчиков, больший выбор у пассажиров и реакцию аэропортов на конкурентный рынок с учетом множества факторов. В данной главе оценивается общая доля и направление деятельности аэропорта на рынке.

Основные выводы

- **Для оценки влияния конкурентных ограничений применяется пять показателей.** Нами определены пять показателей конкурентных ограничений:
  - при наличии выбора у большого числа пассажиров местных вылетающих рейсов они могут переключиться на другой аэропорт;
  - при наличии выбора у большого числа транзитных пассажиров они также могут переключиться на другой аэропорт;
  - при наличии у аэропорта перевозчика с несколькими аэропортами базирования имеются возможности расширения покупательной способности;
  - при наличии очень крупного перевозчика также имеются преимущества для покупательной способности;
  - при большом количестве прибывающих туристов есть возможности для изменения направлений.
- **Возросшее конкурентное давление на все аэропорты:** оценка данных 250 крупнейших европейских аэропортов за 2011 г. согласно этим показателям говорит о том, что большинство аэропортов всех размерных категорий подвержены влиянию, по меньшей мере, одного из указанных ограничений, а во многих случаях - нескольким конкурентным ограничениям с совокупным влиянием на позицию на рынке. Эти ограничения увеличиваются, вследствие чего позиции на рынке в целом ослабевают.
- **Позицию на рынке больше нельзя предугадать:** вышеизложенные факты показывают общую ситуацию, когда воздействию подвержены все типы аэропортов и позицию на рынке больше нельзя предугадать, а можно лишь оценивать в каждой конкретной ситуации.
- **Аэропорты 1 категории:** 4 из 10 крупнейших аэропортов имеют большую долю пассажиров местных вылетающих рейсов с возможностью выбора. 6 из 7 узловых аэропортов имеют большую долю транзитных пассажиров с возможностью выбора, а 6 из 7 узловых аэропортов - перевозчика с несколькими аэропортами базирования. Самый крупный перевозчик обеспечивает более 40% провозных мощностей в 9 из 10 аэропортов.
- **Аэропорты 2 категории:** 9 из 20 аэропортов с 10-25 миллионами пассажиров имеют большую долю пассажиров местных вылетающих рейсов с возможностью выбора. 7 из 7 узловых аэропортов имеют большую долю транзитных пассажиров с возможностью выбора, в то время как только 2 из 7 узловых аэропортов имеют перевозчика с несколькими аэропортами базирования. Самый крупный перевозчик обеспечивает более 40% провозных мощностей в 13 из 20 аэропортов.
- **Аэропорты 3 и 4 категории:** многие более мелкие аэропорты имеют большую долю пассажиров местных вылетающих рейсов с возможностью выбора, но ограниченный транзитный трафик. Самый крупный перевозчик обеспечивает более 40% провозных мощностей в 137 из 188 аэропортов 4-й категории. Более того, многие более мелкие аэропорты подвержены тенденции к переключению на другие направления.

Мы приходим к выводу, что аэропорты всех размеров часто подвержены множеству конкурентных ограничений, и что совокупное влияние этих конкурентных ограничений чаще всего значительно. Более того, такие конкурентные ограничения увеличиваются со временем. Вследствие этого позиция аэропорта на рынке обычно снижается, и, исходя из оценки ряда показателей, можно сделать вывод о том, что имеющихся данных достаточно для отказа от предположения о преобладающих позициях аэропортов на рынке.

В разделе 6.1 обобщаются основные выводы, сделанные на основании эмпирических доказательств. В разделе 6.2 предлагается способ оценки совокупного влияния этих многочисленных изменений на конкурентные ограничения, применимые к европейским аэропортам. В разделе 6.3 собранные показатели объединяются для общей оценки влияния конкурентных ограничений в 2011 г. Наконец, в разделе 6.4 обобщается развитие конкурентных ограничений с течением времени.

6.1 Краткий обзор основных изменений и их последствий

В предшествующих главах представлен ряд свидетельств и данных, предполагающих не только существование тенденции к увеличению конкурентных ограничений деятельности европейских аэропортов, но и доступности выбора для авиакомпаний; пассажиры в настоящее время задаются вопросом, до какой степени многие из аэропортов могут обладать значительной позицией на рынке. Мы признаем, что окончательную оценку позиции на рынке, как и в других разделах, необходимо производить в каждом индивидуальном случае, с учетом особенностей отдельных аэропортов; однако существует достаточно доказательств для отказа от ранее выдвинутых предположений и установления нескольких альтернативных отправных точек для регуляторов и лиц, ответственных за отраслевую политику.

В Главе 2 показано наличие у аэропортов значительных фиксированных расходов, которые естественным образом стимулируют их к привлечению трафика для их оплаты; стимул усилен растущей важностью коммерческих доходов, которые увеличиваются с трафиком. Поэтому аэропорты вынуждены реагировать на увеличение возможностей выбора для пассажиров и авиакомпаний, участвуя в конкуренции за удержание и привлечение трафика. Мы также показали, что, ввиду географической привязки аэропортов, конкуренция будет возникать в среде пассажиров, имеющих возможность выбора между аэропортами, и авиакомпаний, которые оказываются самыми независимыми. В результате политика аэропорта ограничена присутствием конкурирующих аэропортов и желанием достаточного количества пассажиров и авиакомпаний получить услуги где-либо еще, если их не удовлетворяет цена или качество.

В Главе 3 показана все возрастающая независимость европейских авиакомпаний. Высокая текучесть маршрутов и возможность закрывать или сокращать базы создает потенциал для конкурентных ограничений работы аэропортов. Если аэропорты не предлагают авиакомпаниям, которые обслуживают рейсы по всей Европе, соответствующего обслуживания в отношении качества и цены, такие авиакомпании могут переместить маршруты или базирующийся авиапарк в другие аэропорты; для аэропорта это во многих случаях означает, что замена таких маршрутов либо невозможна вовсе, либо возможна на менее прибыльные маршруты. И наоборот, высокая степень оттока открывает возможности для аэропорта, желающего предложить условия для привлечения трафика из других мест. Указанные изменения создают основу покупательной способности авиакомпании, в результате чего авиакомпании имеют возможность диктовать свои условия при обсуждении коммерческих условий использования аэропорта. В гораздо более редких случаях, когда аэропорты удерживают позицию на рынке, покупательная способность авиакомпаний может вследствие этого увеличиться таким образом, чтобы уравновесить позицию на рынке.

В Главе 4 показана реальная и растущая возможность выбора для пассажиров. Высокая степень географического перекрывания зон охвата аэропорта является источником потенциальной конкуренции, а растущее перекрывание маршрутов показывает предложение аэропортами все больших возможностей реального выбора. Тенденция очевидна в аэропортах всех размеров; в большинстве аэропортов наблюдалось увеличение доли пассажиров, имеющих больше выбора, в период 2002-2011 гг.[98].

Транзитные пассажиры также имеют больше выбора, и данная тенденция продолжает укрепляться. Исходя из относительно строгого определения «реалистичных альтернатив», мы показали, что большинство европейских транзитных пассажиров имеют выбор не менее чем из двух узловых аэропортов. Также показано дополнительное увеличение возможности летать прямыми рейсами.

В Главе 5 документально доказана реакция аэропортов на давление в результате увеличившейся возможности выбора у авиакомпаний и пассажиров в виде более активной маркетинговой политики и усовершенствования своих предложений в целях дифференцирования типов авиакомпаний и пассажиров.

Последствия влияния указанных изменений на возможную позицию аэропортов на рынке

Все вышеупомянутые изменения указывают на усиление конкурентных ограничений на аэропорты и увеличение конкуренции между ними, с влиянием на возможную позицию аэропортов на рынке. Упомянутые изменения необходимо рассматривать наряду с основополагающими движущими факторами бизнеса аэропортов, описанными в Главе 2 и стимулирующими аэропорты к увеличению количества авиакомпаний и пассажиров:

- бизнесы с фиксированными расходами;
- двусторонние бизнесы;
- географическая привязка.

Эти и другие факторы влияют на позицию аэропорта на рынке в целом и требуют учета в каждой конкретной ситуации. Однако в нашей оценке общей позиции аэропорта на рынке особое внимание уделено только развитию трех различных изменений, которые увеличивают конкурентные ограничения в отношении аэропорта. Они обобщены в Таблице 6.1.

Таблица 6.1 Обобщение основных изменений и их последствий

	Больше независимых авиакомпаний	Больше возможности выбора у пассажиров	Реакция аэропортов
Основные изменения	**Перевозчики полного маршрута** • В целом более активны в изменении направлений, чем перевозчики узловых аэропортов • Получили долю на рынке • Увеличили активность в изменении базирования **Перевозчики узловых аэропортов** • В целом менее активны в изменении направлений, чем перевозчики полного маршрута. Однако: • объединение дает авиакомпаниям авиаузлов больше выбора при размещении провозных мощностей **Все перевозчики** • Высокая текучесть: 20-25% изменений маршрутов ежегодно. • Базы и авиаузлы закрываются или сокращаются.	**Пассажиры местных вылетающих рейсов** • Больший выбор для авиакомпаний • Больший выбор путей авиасообщения и улучшение их качества • Больше путей автомобильного и высокоскоростного железнодорожного сообщения, улучшение их качества **Транзитные пассажиры** • Больший выбор путей сообщения • Больший выбор прямых маршрутов **Все пассажиры** • Большая чувствительность к ценам вследствие более высокой доли туристов • Увеличение прозрачности рынка (возможность поиска услуг по Интернету) • Больше желания использовать альтернативные аэропорты • Больше возможностей переключения между пунктами назначения	**Приватизация и коммерциализация** • Больше приватизированных аэропортов • Больше аэропортов, работающих в коммерческих условиях, под государственным управлением **Рост маркетинговой деятельности** • Увеличение числа маркетингового персонала • Организация и участие в конференциях Routes • В европейских аэропортах более всего развит маркетинг **Более широкое использование стимулов** • Маркетинговая поддержка • Более низкие аэропортовые сборы, система скидок • Работа с местными органами управления для развития новых маршрутов (например, путем выделения средств) **Качественное и ценовое реагирование** • Привлечение инвестиций, сокращающих общие расходы авиакомпаний • Улучшение качества и возможностей выбора для пассажиров (залы ожидания, услуга Fast Track, краткосрочная и долгосрочная парковка, развитие розничных продаж) **Выход на рынок и расширение** • Новые аэропорты,например, аэропорт Берлина • Переоборудование старых аэродромов: Осло-Мосс, Любек, Франкфурт Хан Веце, Донкастер • Новые терминалы низко-тарифных перевозчиков: Бордо Билли, Копенгаген Гоу и др. • Расширение авиаузлов: LHR T5, MUC T2
Последствия	**Усиление конкурентного давления на все аэропорты** • Общеевропейские авиакомпании • Больше гибкости в работе авиакомпаний • Более вероятная угроза переключения • Увеличение покупательной способности	**Усиление конкурентного давления на все аэропорты** • Больше пассажиров, чувствительных к ценам • Увеличение способности к переключению	**Усиление конкурентного давления на все аэропорты** • Действия указывают на усиление конкуренции за авиакомпании и пассажиров • Неблагоприятные последствия для аэропортов с пассивной политикой
Вывод	**Уменьшение господства аэропортов на рынке**		

Примечание: более подробная информация о независимых авиакомпаниях изложена в Главе 3. Более подробная информация о выборе пассажиров изложена в Главе 4. Информация о реакции аэропортов изложена в Главе 5.

Источник: Copenhagen Economics

6.2 Суммарный эффект многочисленных изменений

Многие из описанных изменений могли бы быть значимыми по отдельности, но они действуют совокупно и усиливают друг друга. Например, Интернет повысил осведомленность пассажиров о возможном выборе, но также позволил авиакомпаниям легче переключаться между аэропортами, поскольку стоимость донесения информации до пассажиров сократилась. Если пассажиры переключаются с услуг данного аэропорта на другие, авиакомпании, предлагающие услуги в первом аэропорту, будут терять пассажиров; убыль пассажиров также учитывается, так как усиливает влияние переключения пассажиров.

Аэропорты всех типов, скорее всего, будут испытывать конкурентное давление от одного или более источников, указанных в предыдущих главах, однако не все они будут одинаково подвержены указанным изменениям. Конкурентное давление будет влиять на все аэропорты по-разному; сила влияния зависит от степени конкурентного давления. В Таблице 6.2 нами указаны сферы, в которых разные источники конкурентного ограничения могут влиять на аэропорты четырех разных размерных категорий согласно классификации Международного совета аэропортов. Аэропорты всех типов могут подвергаться большей конкуренции зон охвата за пассажиров местных вылетающих рейсов, также как любой аэропорт, может подвергаться переключению покупательной способности авиакомпаний и переключению пассажиров на другие направления; однако степень действия указанных ограничений в разных аэропортах будет различной, и там, где покупательная способность может оказаться высокой, силу этих ограничений необходимо будет оценить еще раз. Естественно, аэропорты, не предлагающие транзитные перевозки, не подвержены конкуренции за них. Это говорит о том, что источник конкурентных ограничений не относится к более мелким аэропортам 4-й категории и большинству аэропортов 3-й категории.

Таблица 6.2 Конкурентные ограничения и возможное влияние на аэропорты согласно их размеру

	Возможный источник конкурентного ограничения			
Тип аэропорта согласно катего Международного совета аэропор (по количеству пассажи ов)	Конкуренция зон охвата	Конкуренция за транзитные перевозки	Покупательная способность авиакомпании	Переключение пассажиров на другие направления
Аэропорт 1-й категории МСА (+25 млн)	✓	✓	✓	✓
Аэропорт 2-й категории МСА (10-25 млн)	✓	✓	✓	✓
Аэропорт 3-й категории МСА (5-10 млн)	✓	(✓)	✓	✓
Аэропорт 4-й категории МСА (0-5 млн)	✓	-	✓	✓

Примечание: таблица показывает области, в которых указанный источник конкурентного ограничения может повлиять на оценку позиции на рынке. Аэропорты сгруппированы по категориям МСА согласно количеству пассажиров в 2010 г. Значок (✓) указывает, что авиаузел обслуживают лишь несколько аэропортов 3-й категории и, соответственно, большинство аэропортов данной категории не затронуты этим источником конкурентного ограничения.

Источник: Copenhagen Economics.

Степень влияния указанных конкурентных ограничений в разных аэропортах отличается. Из анализа, сделанного в настоящем отчете, видно, что увеличение конкуренции в зоне охвата из-за увеличения перекрывания маршрутов другими аэропортами может влиять на аэропорты всех категорий, несмотря на то, что некоторые более мелкие аэропорты 4-й категории расположены в более отдаленных зонах и, как следствие, могут подвергаться меньшей конкуренции зон охвата. Как было упомянуто ранее, увеличение конкуренции за узловые перевозки главным образом влияет на более крупные аэропорты 1-й и 2-й категорий и в ограниченной степени — на аэропорты 3-й категории, поскольку немногие из таких аэропортов обслуживают транзитные узловые перевозки, и совсем не влияет на аэропорты 4-й категории. Однако более мелкие аэропорты быстрее всех почувствуют на себе влияние выбора направлений прибывающих пассажиров-туристов и изменения покупательной способности авиакомпаний, принимая во внимание вероятность того, что единственный перевозчик будет составлять большую долю общего трафика и что в связи с этим угроза ухода будет вполне вероятной. Покупательная способность авиакомпании может влиять на аэропорт любой категории.

Мы отмечаем, что некоторые аэропорты (в частности, 3-й категории) обслуживаются самыми разнообразными авиакомпаниями, исключая единственного перевозчика в сильной позиции, что, при прочих равных условиях, сделает их менее уязвимыми к покупательной способности авиакомпаний. На все категории также может влиять переключение пассажиров на другие направления, при этом такое переключение может стать фактором для крупных аэропортов 1-й и 2-й категорий менее значимым, чем для мелких аэропортов 3-й и 4-й категорий.

6.3 Оценка уровня конкуренции аэропортов в 2011 г.

Вышесказанное позволяет определить различные источники конкурентных ограничений и качественно проанализировать их влияние на разные типы аэропортов. В данном разделе, исходя из последних данных за 2011 г., рассмотрено количество аэропортов, с большей долей вероятности подверженных влиянию различных конкурентных ограничений. Чем более точно обозначено любое индивидуальное ограничение, и чем больше оно сочетается с другими, тем менее вероятна значительная позиция аэропорта на рынке.

Таким образом, на основании анализа, описанного выше в настоящем отчете, мы разработали пять ключевых показателей, которые можно оценить путем систематического и сопоставительного анализа деятельности аэропортов с течением времени. Эти показатели показывают присутствие конкурентных ограничений. Мы применили их к 250 крупнейшим аэропортам и проанализировали результаты в четырех категориях аэропортов согласно классификации МСА. Чтобы представить широкую оценку уровня конкуренции аэропортов, мы применили пороги для каждого из упомянутых показателей, указывая наличие значительных конкурентных ограничений и необходимость с осторожностью делать выводы о значимости позиции аэропорта на рынке.

Разумеется, мы признаем, что результаты не будут являться окончательной оценкой значимости позиции на рынке. Зачастую такая оценка — это вопрос степени, деталей и суждений, поскольку не существует общепринятых порогов, которые определенно указывают на наличие позиции на рынке. Использование этих показателей служит больше для определения, имеют ли аэропорты выделенных МСА категорий позицию на рынке, которая обычно им приписывается.

Такими показателям являются:

- **Выбор местных вылетающих рейсов.**
  Если в аэропорту значительная часть пассажиров местных вылетающих рейсов может по своему (обоснованно хорошему) выбору добраться до желаемого места назначения из другого аэропорта, то этот аэропорт с меньшей вероятностью имеет значимую позицию на рынке прямых маршрутов[99].
  Для каждого аэропорта оценена доля его участия в рынках поездок из всех регионов, примыкающих к аэропорту, по всем внутриевропейским направлениям, обслуживаемым таким аэропортом. Каждый аэропорт естественным образом конкурирует с большим количеством таких рынков (регион/направление); мы рассчитали средневзвешенную долю на рынке согласно количеству пассажиров для каждого аэропорта. Нами применены пороги от 40 до 50% средней доли рынка на рынках аэропортов по региону/направлению, в которых присутствует фактор конкуренции, для оценки потенциальной позиции аэропорта на рынке прямых перевозок (т.е. степень, в которой большая доля потенциальных пассажиров имеет выбор между одним или более аэропортами)[100].

[99] В Главе 4 представлены подробные результаты. Порог 40-50% взят в целях представления обоснованного «приблизительного подсчета», ниже уровня которого аэропорт не может считаться имеющим значительную позицию на рынке. Пороги примерно такого уровня иногда используются в качестве указания возможно проблематичной доли рынка при оценке конкуренции; однако, следует отметить, что такой порог является всего лишь показателем и аэропорты с высокой долей присутствия на рынке могут не занимать лидирующую рыночную позицию, также как аэропорты с более низкой долей присутствия не обязательно не имеют господства на рынке.

[100] Соответствует требованию наличия для 60% пассажиров местных вылетающих рейсов обоснованно хорошей альтернативы в виде другого аэропорта. Данная группа пассажиров может (в сочетании с другими факторами) составлять значительное конкурентное ограничение, значительно снижающее любую позицию на рынке, связанную с местоположением.

- Выбор транзитных рейсов: если большая доля транзитных пассажиров имеет на выбор минимум одну обоснованно хорошую альтернативу пересадки, которая представляет собой конкурентное ограничение в отношении транзитной деятельности аэропорта[101], то применялся 40-процентный порог доли рынка[102].
- Несколько авиаузлов: аэропорты, имеющие в наличии перевозчика узловых маршрутов с несколькими авиаузлами, могут с меньшей вероятностью господствовать на рынке, чем аэропорты с перевозчиком узловых маршрутов без сторонних вариантов[103].
- Покупательная способность: аэропорты, деятельность которых уравновешивается покупательной способностью авиакомпаний, например, если единственный перевозчик имеет доминирующую долю всех перевозок, могут господствовать на рынке с меньшей вероятностью, чем аэропорты, на которые не влияет покупательная способность. Нами применен порог 40-50% для оценки общих провозных мощностей, предлагаемых самым крупным перевозчиком в каждом аэропорту[104].
- Прибывающие туристические рейсы: аэропорты с большей долей прибывающих туристических рейсов, подвергающиеся вследствие этого переключению направлений, господствуют на рынке с меньшей вероятностью[105].

Применение упомянутых порогов к доступным данным за 2011 г. в отношении 250 крупнейших аэропортов Европы показывает, что большинство аэропортов во всех категориях подвержены не менее чем одному из указанных ограничений, а во многих случаях - нескольким конкурентным ограничениям с совокупным влиянием на позицию на рынке.

[101] См. Главу 4 о доле транзитных пассажиров с возможностью выбора.

[102] Для транзитных пассажиров мы применили 40-процентный порог доли рынка, что подтверждает возможность значительных ограничений для аэропортов со средней долей рынка ниже указанного порога на рынке, где они конкурируют, доступностью альтернативных транзитных маршрутов через другие аэропорты.

[103] Для аэропортов с несколькими авиаузлами мы лишь оценили узловую структуру перевозчиков узловых аэропортов в 16 крупнейших авиаузлах Европы и указали, какой из этих 16 авиаузлов имеет в наличии перевозчика с несколькими авиаузлами. Как правило, узловые авиакомпании с внешними вариантами размещения своих рейсов большой дальности полетов могут оказывать конкурентное давление на узловой аэропорт.

[104] Нет гарантии, что авиакомпания будет обладать или решит воспользоваться покупательной способностью выше этого уровня. Однако он представляет собой совокупность широкого круга метрических данных, что обеспечивает значимость этого источника конкурентного ограничения.

[105] На уровне аэропорта доступны очень ограниченные данные о доле прилетающих туристических рейсов, но есть данные для сильно различающихся аэропортов, таких как Лиссабон, Рига и Болонья, которые показывают, что около 40% всех пассажиров составляют прилетающие пассажиры-туристы.

Таблица 6.3 Количество аэропортов, для которых конкурентные ограничения снижают позицию на рынке, 2011 г.

Тип аэропорта	Показатель: Доля рынка отправлений по местным маршрутам < 50%	Доля рынка отправлений по местным маршрутам < 40%	Доля рынка транзитов* < 40%	Наличие авиакомпании с несколькими авиаузлами*	Покупательная способность крупнейшего перевозчика >50%	Покупательная способность крупнейшего перевозчика >40%	Доля прибывающих туристических рейсов
Аэропорт 1-й категории МСА (10 аэропортов)	**40%** 4 из 10 аэропортов	**10%** 1 из 10 аэропортов	**86%** 6 из 7 узловых аэропортов	**86%** 6 из 7 узловых аэропортов	**50%** 5 из 10 аэропортов	**90%** 9 из 10 аэропортов	Скорее всего, низкая
Аэропорт 2-й категории МСА (20 аэропортов)	**45%** 9 из 20 аэропортов	**15%** 3 из 20 аэропортов	**100%** 7 из 7 узловых аэропортов	**29%** 2 из 7 узловых аэропортов	**20%** 4 из 20 аэропортов	**65%** 13 из 20 аэропортов	Скорее всего, низкая
Аэропорт 3-й категории МСА (32 аэропорта)	**69%** 22 из 32 аэропортов	**44%** 14 из 32 аэропортов	**100%** 2 из 2 узловых аэропортов	**0%** 0 из 2 узловых аэропортов	**25%** 8 из 32 аэропортов	**38%** 12 из 32 аэропортов	Скорее всего, высокая
Аэропорт 4-й категории МСА (188 аэропортов)	**72%** 135 из 188 аэропортов	**51%** 95 из 188 аэропортов	не применяется	не применяется	**43%** 81 из 188 аэропортов	**73%** 137 из 188 аэропортов	Скорее всего, высокая

Примечание: анализ в данной таблице охватывает 250 главных аэропортов Европы. В Главе 3 представлен показатель покупательной способности для всех европейских аэропортов с перевозками за два года (примерно 600 аэропортов).
* Данные 16 европейских авиаузлов проанализированы подробно.

Источник: Copenhagen Economics.

Анализ показывает, что большинство из семи узловых аэропортов 1-й категории сталкиваются с конкуренцией за транзитных пассажиров со стороны других авиаузлов и что большинство аэропортов 1-й категории подвержены конкуренции со стороны других авиаузлов для привлечения трафика от одного и того же перевозчика узловых аэропортов. Мы также показываем, что 4 из 10 аэропортов 1-й категории конкурируют за пассажиров местных вылетающих рейсов при пороге 50%. Однако эти показания очень чувствительны к выбору порога: 1 из 10 аэропортов 1-й категории будет соответствовать порогу 40% и, как показано в Главе 4, данный элемент конкуренции приобретает все большее влияние.

Для аэропортов 2-й категории анализ показывает, что все семь узловых аэропортов в группе сталкиваются с конкуренцией за пассажиров на транзитных рынках от других авиаузлов, и что два узловых аэропорта 2-й категории конкурируют с другими авиаузлами для привлечения транзитного трафика от одного и того же перевозчика узловых аэропортов. Мы также показываем, что 9 из 20 аэропортов 2-й категории конкурируют за пассажиров местных вылетающих рейсов при 50-процентном пороге. Но при 40-процентном пороге их всего лишь 3.

Для остальных более мелких аэропортов 3-й и 4-й категорий транзитный трафик в большой степени неприменим. Однако присутствует конкуренция в сфере местных вылетающих рейсов. Около 70% аэропортов сталкиваются с конкуренцией за пассажиров местных вылетающих рейсов при 50-процентном пороге и около половины — при 40-процентном пороге. Кроме того, эти аэропорты обычно принимают большую долю прилетающих пассажиров-туристов и, соответственно, сталкиваются с большой долей переключений на другие направления, что является для них дополнительным источником конкурентных ограничений.

Несмотря на то, что в ходе развернутого и основанного на показателях анализа, подобного этому, невозможно точно оценить степень позиции на рынке, большинство показателей указывает на значительную степень выбора и присутствие во многих случаях ряда значительных конкурентных ограничений, вследствие чего возникает вопрос, обладают ли большинство европейских аэропортов значимой позицией на рынке и в какой степени.

Мы отмечаем, что вышеописанные факты лишь оценивают некоторые конкурентные ограничения для аэропортов, и что естественное ведение бизнеса аэропорта работает против ухудшения позиции на рынке, поскольку аэропорты имеют стимулы для максимального увеличения трафика, постоянно привлекая новый или лучший трафик в свои аэропорты, как описано в Главе 2.

6.4 Оценка развития конкуренции аэропортов в 2002-2011 гг.

Вышеприведенный анализ оценивает уровень и степень существующих конкурентных ограничений на основе данных за 2011 г. Три из указанных показателей можно рассчитать с течением времени; мы обобщили их развитие с 2002 г., как показано в Таблице 6.4 ниже. Очевидно, что многие проанализированные изменения начались до 2002 г., но доступные данные не позволяют осуществить последовательное сравнение раньше 2002 г., хотя понятно, что если бы было возможно сравнить 2011 г., скажем, с 1997 г., когда формирование европейского единого авиационного рынка было завершено, мы увидели бы действительно значимые изменения.

Выбор пассажиров вылетающих рейсов для большинства аэропортов увеличился в период 2002-2011 гг. Мы также отмечаем, что все аэропорты 1-й категории ощутили увеличение выбора среди местных вылетающих рейсов. Во 2-й категории мы обнаружили, что 19 из 20 аэропортов ощутили на себе еще большее влияние увеличения выбора. Более мелкие аэропорты категорий 3 и 4 также ощутили увеличение выбора местных вылетающих рейсов, но менее значимое, чем для категорий 1 и 2. Это заслуживает внимания, поскольку обычно ожидается, что более крупные аэропорты занимают более значимую позицию на рынке, чем более мелкие, и поэтому вызывает интерес тот факт, что тенденция сокращения позиции на рынке оказывается более сильной в категориях 1 и 2, чем в категориях 3 и 4, которые имеют меньшую вероятность занять на рынке господствующую позицию.

С 2002 г. ряд авиакомпаний увеличил количество операций с несколькими авиаузлами в результате альянсов и слияний. Компании Air France и KLM слились в 2004 г., сформировав группу Air France/KLM, в результате чего авиаузлы в Париже и Амстердаме стали местом размещения авиакомпании с несколькими авиаузлами. Lufthansa уже была авиакомпанией с несколькими авиаузлами; два из ее авиаузлов в 2002 г. находились во Франкфурте и Мюнхене. После интеграции Швейцарских (в 2005 г.) и Австралийских Авиалиний (в 2009 г.) авиаузлы в Цюрихе и Вене перешли в одну группу авиакомпаний с несколькими авиаузлами. Слияние British Airways — Iberia, в результате которого появилась International Airlines Group (IAG), было завершено в январе 2011 г. Аэропорты в Лондоне (Хитроу) и Мадриде теперь имеют в своем составе авиакомпанию с несколькими авиаузлами. Одни только эти изменения подразумевают, что восемь из девяти крупнейших европейских авиаузлов теперь работают с авиакомпаниями с несколькими авиаузлами, за исключением аэропорта Рима.

Показатель покупательной способности, т. е. доля самого крупного перевозчика в каждом аэропорту, обычно показывает сокращение с течением времени доли крупнейшего перевозчика, но многие аэропорты все еще имеют в наличии единственного перевозчика с большой долей провозных мощностей; поскольку способность авиакомпаний к переключению со временем увеличивается, мы считаем, что возможности их существующей покупательной способности также должны со временем увеличиться.

Таблица 6.4 Развитие показателей с 2002 г.

	Показатель		
Тип аэропорта	Выбор местных вылетающих рейсов	Наличие авиакомпании с несколькими авиаузлами*	Покупательная способность (самый крупный перевозчик увеличивает долю)
Аэропорт 1-й категории МСА	Увеличение для 10 из 10 аэропортов	Увеличение для 6 из 7 узловых аэропортов	Увеличение для 4 из 10 аэропортов
Аэропорт 2-й категории МСА	Увеличение для 19 из 20 аэропортов	Увеличение для 2 из 7 узловых аэропортов	Увеличение для 7 из 20 аэропортов
Аэропорт 3-й категории МСА	Увеличение для 28 из 32 аэропортов	Без изменений для двух узловых аэропортов	Увеличение для 9 из 32 аэропортов
Аэропорт 4-й категории МСА	Увеличение для 125 из 188 аэропортов	не применяется	Увеличение для 45 из 188 аэропортов

Примечание: включая 250 главных аэропортов Европы. * Данные 16 европейских авиаузлов проанализированы подробно

Источник: Copenhagen Economics

Доля рынка транзитных рейсов со временем изменилась для большинства аэропортов. По определению нельзя ожидать равномерного увеличения или сокращения долей рынка, скорее, на конкурентном рынке можно ожидать увеличения долей одних аэропортов и сокращения других по причине действия конкурентных сил. Это также подтверждается данными анализа конкуренции авиаузлов в Главе 4, которые показывают, что по причине усовершенствования транзитного продукта некоторые авиаузлы улучшили свой рейтинг и приобрели хорошую позицию на некоторых рынках авиаузлов, представив новую конкуренцию. Примером таких процессов может служить аэропорт Хельсинки. В целом важная информация, касающаяся конкуренции на транзитном рынке, заключается в том, что в действительности только один из 16 проанализированных авиаузлов имеет долю на рынке, превышающую 40-процентный порог, и что такие изменения хорошо согласуются с конкурентным рынком.

Таблица 6.5 Изменение показателей транзитного рынка с 2002 г.

Тип аэропорта	Доля транзитного рынка
Аэропорт 1-й категории МСА	Сокращение для 3 из 7 узловых аэропортов
Аэропорт 2-й категории МСА	Сокращение для 2 из 7 узловых аэропортов
Аэропорт 3-й категории МСА	Сокращение для 0 из 2 узловых аэропортов
Аэропорт 4-й категории МСА	не применяется

Примечание: данные 16 европейских авиаузлов проанализированы подробно.

Источник: Copenhagen Economics

Глава 7

Последствия регулирования работы аэропортов

В предыдущих главах показаны степень конкурентных ограничений работы аэропортов в целом, их рост с развитием бизнес-моделей авиакомпаний и увеличением возможности выбора для пассажиров. Мы также показали, как аэропорты реагируют на возникающие вызовы конкуренции. В данной главе оцениваются последствия выросшей конкуренции между аэропортами для регулирования их деятельности и формирования ее политики.

Основные выводы

- **Увеличение конкуренции уменьшает необходимость регулирования:** увеличение конкуренции между аэропортами приводит к размышлению о том, необходимо ли продолжать экономическое регулирование в большей части сектора европейских аэропортов. Экономическое регулирование аэропортов должно быть исключением, а не правилом.

- **Регулирование может вредить в случаях, когда конкуренция эффективна:** экономическое регулирование при эффективной конкуренции может принести больше вреда, чем пользы. Регулирование может быть медленным и, таким образом, заставлять аэропорты делать инвестиции в конкурентные области или принимать решения о ценах.

- **Регулирование не должно осуществляться через конкуренцию:** при все еще существующей необходимости в регулировании его следует корректировать таким образом, чтобы учитывать продолжающееся развитие конкуренции и избегать ограничения инноваций в сфере маркетинга и услуг, которые все больше становятся характерной чертой современного аэропорта.

- **Предварительные или последующие меры?** Наши результаты гарантируют движение в сторону большей опоры на законодательство о защите конкуренции (последующие меры) и меньшей опоры на секторальное экономическое регулирование (предварительные меры).

Наши рекомендации: регулирование следует осуществлять в меньшей степени, но более эффективно.

1) **Уход от экономического регулирования деятельности аэропортов в областях, где конкуренция уже является эффективной:** специфическое секторальное регулирование экономики европейских аэропортов не требуется, если конкуренция эффективна. Закона о защите конкуренции должно быть достаточно, как и в любой сфере экономики.
2) **Пересмотр экономического регулирования деятельности аэропортов в областях, где конкуренция уже достаточно развита:** экономическое регулирование в этих обстоятельствах может быть необходимым. Однако результаты анализа показывают, что регулирование должно осуществляться в меньшей степени, но более эффективно, с полным учетом уже существующих конкурентных ограничений и их потенциального развития.

Некоторые из сегодняшних мер, регулирующих работу аэропортов, выглядят более подходящими для 1980-х или начала 1990-х гг. Большая часть нынешних регулирующих мер, вероятнее всего, не соответствует сегодняшней ситуации, когда авиакомпании и пассажиры имеют больше возможностей выбора.

В разделе 7.1 высказано предположение о необходимости переоценки регулирования европейских аэропортов или его проверки на соответствие. В разделе 7.2 обсуждается предпочтительное общее направление процессов. Во-первых, это избежание экономического регулирования в областях, где конкуренция, скорее всего, является

эффективной, о чем идет речь в разделе 7.3. Во-вторых, это пересмотр экономического регулирования в областях, где конкуренция должна развиваться в полной мере, о чем идет речь в разделе 7.4. Наконец, в разделе 7.5 приведены заключительные положения.

7.1 Необходимость проверки системы регулирования работы аэропорта на соответствие

Регулирование аэропортов необходимо рассматривать в свете общеевропейского подхода к гибкости регулирования, что предполагает проверку регулирования на соответствие:

«Проверка на соответствие» будет оценивать, соответствует ли структура регулирования поставленным целям, а в случае несоответствия — определять, что необходимо изменить. Целью является выявление избыточных обременений, несоответствий и устаревших или неэффективных мер и помощь в определении совокупного влияния.» — Сообщение на тему «Гибкое регулирование в Европейском союзе», Брюссель, 08.10.2010.

Исходя из нашей оценки конкуренции между аэропортами в Европе и более сильных конкурентных ограничений в отношении европейских аэропортов очевидно, что упомянутая проверка на соответствие кажется оправданной. Она должна быть основана на полном понимании составляющих эффективной конкуренции и риска того, что регулирование может ограничить некоторые характерные черты конкуренции, которые приносят самую большую пользу для авиакомпаний и пассажиров. Наши предложения относительно общего направления такой проверки на соответствие представлены ниже.

7.2 Уменьшение необходимости экономического регулирования аэропортов

При оценке соответствия регулирования европейских аэропортов необходимо понимать, что речь идет не о регулировании в противовес отсутствию такового. В целом это скорее вопрос соответствия разных подходов и их взаимодействия. Ключевой выбор касается времени использования экономического регулирования сектора аэропорта (предварительного регулирования) и общих инструментов закона о защите конкуренции для выявления и наказания неправомерного поведения (последующего регулирования) [106]. На наш взгляд, это ни в коем случае не может быть вопросом экономического регулирования или закона о защите конкуренции. Необходимо больше опираться на законодательство о защите конкуренции, даже при секторальном регулировании аэропорта. В таких обстоятельствах приоритетом является обеспечение соответствующего соотношения.

При наличии доказательств большей конкуренции между аэропортами первым элементом проверки на соответствие может быть решение вопроса о том, гарантирует ли успех движение в сторону большей опоры на закон о защите конкуренции (последующее регулирование) и меньшей опоры на регулирование экономического сектора (предварительное регулирование). Экономическое регулирование специфического сектора (предварительное регулирование) может в целом принести больше пользы, чем закон о защите конкуренции (последующее регулирование) в сферах, где, в числе прочего, присутствуют:

- низкая степень конкуренции и высокий риск злоупотребления доминантным положением;
- стабильные и предсказуемые рыночные условия и ограниченная динамика рынка;
- меньше необходимости или сфер поиска совместных решений между игроками рынка;
- хорошая нормативная информация и понимание сектора или отрасли;
- высокие затраты на выявление неэффективной политики.

[106] В большинстве стран экономическое регулирование сектора аэропортов (предварительное регулирование) осуществляется независимым авиационным регулятором, в то время как обеспечение выполнения закона о защите конкуренции (последующее регулирование) - соответствующим компетентным органом. Однако во многих странах, например, в Великобритании, секторальные органы также наделены полномочиями согласно законодательству о защите конкуренции.

Наш анализ изменений на европейском авиационном рынке приводит к выводу о том, что аргументы в пользу экономического регулирования значительно ослабли в результате увеличения конкуренции между аэропортами. Следовательно, разработчики политики должны учитывать изменения в сторону большей опоры на законодательство о защите конкуренции, где это возможно, но с большим ориентированием на специфическое секторальное (последовательное) регулирование в тех областях, где регулирование все еще необходимо.

Более конкретно, у нас есть две рекомендации:

1) **Уход от экономического регулирования деятельности аэропортов в областях, где конкуренция уже является эффективной:** специфическое секторальное регулирование экономики европейских аэропортов при эффективной конкуренции не требуется[107]. Законодательство о защите конкуренции предназначено для защиты авиакомпаний и пассажиров (или любого другого рыночного игрока) от потенциального злоупотребления позицией на рынке, и должно работать в секторе аэропортов при условии его правильного применения.

2) **Пересмотр экономического регулирования деятельности аэропортов в областях, где конкуренция уже достаточно развита:** экономическое регулирование в этих обстоятельствах может быть необходимым. Однако результаты анализа показывают, что регулирование должно осуществляться в меньшей степени, но более эффективно. Экономическое регулирование должно в полной мере учитывать уже существующие конкурентные ограничения, а также их потенциальное развитие, показанное в настоящем исследовании.

Ниже будут рассмотрены две указанные основные рекомендации.

7.3 Отказ от регулирования при большой вероятности эффективной конкуренции

Экономическое регулирование при уже эффективной конкуренции способно принести больше вреда, чем пользы. В регулируемых секторах общеизвестным и стандартным правилом считается ослабление или исключение секторального регулирования при развитии конкуренции.

Наш анализ показал, что конкуренция между аэропортами Европы в целом выросла и, скорее всего, будет более эффективной сегодня, чем 10-20 лет назад. Тем не менее для надлежащего реагирования на эту новую реальность регулирование осуществляется достаточно медленно.

Разработчики политики уже полностью признали степень конкуренции в секторе аэропортов, а следовательно и вред регулирования в областях эффективной или предположительно эффективной конкуренции. Прежде всего, контроль над сборами с целью избежать избыточных прибылей не будет нужен там, где конкуренция эффективна. Контроль над сборами в этих обстоятельствах рискует помешать получению инвестиций, которые в настоящее время требуются европейскому авиационному рынку. Это происходит потому, что такая регуляция увеличивает риск потери инвестиций в условиях недостаточного оборота у аэропортов; как только инвестиции становятся прибыльными, они подлежат описанному контролю цен. Также существует риск, что арбитром результатов конкуренции станет регулятор, а не рынок.

[107] То, что экономическое регулирование аэропортов не всегда необходимо, также демонстрируется последовательными заключениями Австралийской продуктовой комиссии, см. отчет по запросу Австралийской продуктовой комиссии по *Экономическому регулированию обслуживания аэропортов* от 30 марта 2012 г., http://www.pc.gov.au/projects/inquiry/airport-regulation/report.

Также общепризнанным является существование иных аспектов конкуренции, нежели сборы. Конкуренция, как было указано Littlechild[108] - это также процесс выявления нужд потребителей и поиска эффективных способов производства. Регулирование, которое неизбежно идет медленно, больше ориентировано на настоящее и прошлое, а не на будущее, поэтому оно скорее работает против аспектов конкуренции, касающихся поиска более эффективных путей производства и инвестирования, а также определения нужд потребителей.

Это говорит о том, что разработчики политики должны задаться вопросом, в какой мере требуется текущее регулирование и есть ли основания делать больший упор (как и в экономике в целом) на регулирование с оглядкой на фактические результаты, включая законодательство о защите конкуренции, а не на предварительно разработанный набор стандартов и цен. Это даст авиакомпаниям уверенность, что в случае любых злоупотреблений рыночной позицией будут приняты меры, дающие возможность продолжения процессов конкуренции и выявления нарушений без ограничений, накладываемых регулирующими предписаниями.

7.4 Пересмотр политики регулирования при развитии конкуренции

Результаты наших исследований говорят о том, что некоторые аэропорты (при их наличии) остаются незатронутыми той или иной формой конкуренции, и что конкурентное давление будет усиливаться технологическими изменениями, конкуренцией с узловыми аэропортами за пределами Европы и дальнейшим расширением использования Интернета. Тем не менее некоторые аэропорты могут все же демонстрировать достаточную позицию на рынке, заслуживающую хотя бы некоторого надзора регулятивных органов. Но это не означает, что текущее регулирование является соответствующим.

Общая тенденция в отношении конкуренции аэропортов и сокращения позиции на рынке заключается в том, что рыночная среда, в которой работают аэропорты, сейчас очень отличается от той, что была 10-20 лет назад. Это говорит о необходимости уделять больше внимания сфере конкуренции в ходе регулирования, что будет оказывать сдерживающее влияние и получит развитие с течением времени. Регулирование должно гарантировать защиту от следования по этому пути развития.

Поиск возможности моделирования всех соответствующих аспектов конкуренции

Для создания эффективного регулирования необходимо задаться вопросом о виде предполагаемой конкуренции и построить процесс эффективного регулирования аэропорта на основе понимания значения эффективной конкуренции.

Эффективную конкуренцию можно описать как процесс соперничества, а не абсолютный результат. Согласно Littlechild (2011), эффективная конкуренция - это процесс, имеющий три основных свойства:

A: исключение избыточных прибылей;
B: поиск более эффективных способов производства;
C: выявление нужд потребителей.

Стандартный подход к регулированию деятельности аэропортов фокусируется на свойстве A: установлении цены для предупреждения избыточной прибыли. Согласно этому подходу, который также является подходом по умолчанию в сетевых отраслях с большим количеством естественных монопольных характеристик, регулятор ищет возможность установить цены (или доход) таким образом, чтобы учесть затраты, т.е. на уровне, который можно воспринимать как результат конкуренции.

[108] Взгляд Littlechild на конкуренцию как на процесс, а не особые результаты, объясняется в разделе 7.4.

Но эффективная конкуренция - это также свойства B и C: поиск новых и более эффективных способов производства и инвестирования и выяснение пожеланий клиентов. В случае аэропортов поиск эффективных способов производства может означать инвестиции в сотрудничество с авиакомпаниями с целью снижения их общих затрат на операционную деятельность, как показано в главе 5[109]. Попытки аэропортов выяснить запросы клиентов можно проиллюстрировать недавними попытками дифференцирования услуг аэропорта путем строительства новых низкотарифных терминалов, например, Бордо Билли или Копенгаген Гоу, что также описано в Главе 5. Такие инвестиции предназначены для удовлетворения потребностей низкотарифных авиакомпаний и пассажиров, рассчитывающих на низкие тарифы; установление цен с помощью регулирования не всегда может быть полезным в этом процессе[110].

Ключевым пунктом нашего анализа является разнообразие конкурентных ограничений и многообразие способов влияния конкуренции на аэропорты всех размеров. Следовательно, мы не видим основания для унифицированного подхода к регулированию с использованием порога по размеру аэропорта, такого, что, к примеру, аэропорты свыше X млн пассажиров должны являться объектом экономического регулирования, а аэропорты ниже определенного порога - нет[111]. Мы показали (см. Главу 6) существование множества крупных аэропортов, которые подвергаются большому числу конкурентных ограничений, и отсутствие прямой взаимосвязи между размером и значимостью или силой конкурентных ограничений. Более крупные аэропорты сталкиваются с другими ситуациями, нежели более мелкие, и другими конкурентными ограничениями, но мы не нашли доказательств того, что ограничения для более крупных аэропортов в целом должны быть слабее, чем для многих более мелких.

Поэтому подход к регулированию, основанный на размере как единственном индикаторе потенциальной необходимости в регулировании, представляется неверным. Необходим дифференцированный подход, который учитывал бы определенные характеристики каждого аэропорта и многообразие конкурентных ограничений. Мы отмечаем, что обратились лишь к некоторым важным конкурентным ограничениям, но индивидуальная оценка должна включать все конкурентные ограничения в каждом конкретном случае (как, например, сделали регулятивные органы в аэропорту Амстердам Схипхол или аэропорту Лондона).

Более того, модель регулирования аэропорта должна учитывать неизвестность будущих потребностей и их быстрое изменение в пределах изменчивых рынков. Одна из проблем традиционных подходов к регулированию с ориентацией исключительно на цену, заключается в том, что недостаточно внимания уделяется динамическому развитию, в т.ч. инвестициям, и, таким образом, существует риск исказить политику и результаты, которые могут быть более неблагоприятными для потребителей, чем риск ухудшения позиции аэропорта на рынке. Действительно, там, где возникает конкуренция и работает рынок, что способствует росту или уменьшению регуляционных рисков, регулирование оказывает отрицательное воздействие, поскольку коммерческие результаты на рынке определяет регулятор, а не взаимодействие сторон.

---

[109] Например, мы упомянули концепцию совместного принятия решений (CDM), в соответствии с которой аэропорты и авиакомпании ищут возможности принимать лучшие инвестиционные решения огласованно, чтобы приложить все усилия для создания общей значимости для авиакомпании, аэропорта и, в конечном счете, для пассажиров.

[110] Регулятивный процесс утверждения сборов может быть длительным и сложным и, согласно данным некоторых аэропортов, процесс получения нормативного одобрения новых коммерческих подходов, таких как новый низкотарифный терминал с дифференцированными сборами, может быть медленным и в некоторых случаях непродуктивным относительно обеспечения самых низких возможных сборов в ближайшей перспективе.

[111] Примером служит Директива об аэропортовых сборах, вступившая в силу в марте 2009 г. Требования Директивы об аэропортовых сборах вводят регулятивный арбитраж на цену и, следовательно, установление цен, а также возможность получения данных и прозрачность. Она распространяется на все аэропорты с пассажиропотоком свыше 5 млн человек и крупнейшие аэропорты каждого государства-члена ЕС.

Это может стать основой модели регулирования, которая стремится избежать указанной проблемы через подход, более ориентированный на фактические результаты, в соответствии с которым регулятор уходит в сторону и вмешивается только тогда, когда очевидны признаки ухудшения ситуации.

Возможности, позволяющие определить сохраняющуюся необходимость той или иной формы регулирования

Одна из возможностей — дать аэропортам и их клиентам больше полномочий принимать решения. Управление будет заключаться в содействии регулятора «процессу выявления» вместо его замены. В этих обстоятельствах регулятор выполняет лишь надзорные функции, во избежание злоупотребления полномочиями монополиста. Участники рынка могут затем определить приемлемый для себя результат.

Еще одна возможность, связанная с подходом, заключается в том, чтобы адаптировать австралийскую модель, согласно которой регулятор следит за изменениями в аэропорту и определяет ситуацию, когда он может вмешаться.

В случае Австралии обзор осуществляется обычно в течение пяти лет. Благодаря этому отношения аэропорта и авиакомпании развиваются более свободно, и появляется больше возможностей выявления элементов конкуренции для их развития. Примечательно, что австралийская система работает в стране, где расстояния делают позицию аэропортов на рынке, связанную с местоположением, гораздо более значимой, чем та, что имеется в большинстве европейских аэропортов.

В общих чертах регулирование сейчас значительно слабее, чем 10-20 лет назад. Мы призываем разработчиков политики к пересмотру новых возможностей регулирования.

7.5 Заключение

Мы пришли к заключению, что некоторые из сегодняшних мер регулирования деятельности аэропортов выглядят более подходящими для 1980-х или начала 1990-х гг., до либерализации рынков авиакомпаний и становления бизнес-моделей авиакомпаний такими же гибкими, как сегодня; в то время было меньше аэропортов, предлагающих услуги авиакомпаний, и эти аэропорты были менее коммерчески ориентированными, чем сегодняшние коммерческие предприятия, имеющие гораздо меньшую зависимость от государственных структур.

Большая часть нынешних мер по регулированию деятельности аэропортов, вероятнее всего, не соответствует сегодняшней ситуации, в которой либерализация авиакомпаний изменила спрос на рынках аэропортов, увеличила возможности переключения авиакомпаний (как показано в Главе 3) и выбора пассажиров (как показано в Главе 4) и привела к замещаемости аэропортов, что значительно усилило конкурентные ограничения в отношении аэропортов.

Литература

ACI Europe (2011), Economics report 2010

ACI Europe (2012), Economics report 2011

Airports Council International (2012), ACI World AIRPORT DEVELOPMENT NEWS, Issue 01 –2012

Anna Aero (2012), “Ryanair cutting flights in nine countries this summer; 270 routes launched but 130 dropped as flights increase by 7%”, 18 April 2012

Ascend Magazine (2007), Issue No 2.

ASM (2009), Industry Trends & Climate Survey - Interim Research Results, Live Webinar

Australian Productivity Commission (2012), “Economic

Regulation of Airport Service”, Inquiry report

from 30 March 2012

Avia Solutions (2011), “Traffic Forecasts and Route Development, Jonathan Naylor”, 3 March 2011

Behrens C. and E. Pels (2011), “Intermodal competition in the London–Paris passenger market:

High-Speed Rail and air transport”, Journal of Urban Economics, Volume 71, Issue 3, pp. 278-288

Berry S. and P. Jia (2008), “Tracing the Woes: An Empirical Analysis of the Airline Industry”, NBER Working paper No. 14503, November 2008

Bloomberg (2008), “EasyJet may Close Base in Dortmund, Germany, as Fuel Costs Rise”, 13 June 2008

Burghouwt, G., H. Matsumoto, J. de Wit & J. Veldhuis (2009), “Air network performance and hub competitive position: Evaluation of primary airports in East and South-East Asia”, Journal of Airport Management, 3(4), pp. 384-400

Civil Aviation Authority (2006), “Airport price control review – Initial proposals for Heathrow, Gatwick, Stansted”

Civil Aviation Authority (2009), “UK Business Air Travel: Traffic Trends and Characteristics”

Civil Aviation Authority (2011a), “Airport Market Power Assessment, ‘Passengers airport preferences’”, Results from the CAA Passenger Survey, Working paper, November 2011

Civil Aviation Authority (2011b), “Guidance on the assessment of airport market power”

DTU Transport (2012), ”Tidsværdier i transportstudier”

DW.de (2005), “Lufthansa Takes on Low-Cost Airlines”, 4 December 2005

EasyJet (2012), “Presentation from ‘Investor Day’”, 31 January 2012

Eurocontrol (2008),”Airport CDM Cost Benefit Analysis”

European Commission (2010), COM (2010) 543 final, Communication on “Smart Regulation in the European Union”, Brussels, 8.10.2010

European Commission (2011), Fitness check – internal aviation market, Directorate-General for Mobility and Transport

European Commission, M.4439 Ryanair/Air Lingus

Evans D. S. and M. Noel (2005), “Defining antitrust markets when firms operate two-sided platforms”, Columbia Business Law Review, Vol. 2005 No. 3

Fröhlich, K. (2010), “Airports as two-sided markets? A critical contribution”, Working Paper, University of Applied Sciences, Bremen

Gatwick Airport (2011), “Airport competition: Competing to grow and become London’s airport of choice”, An initial submission from Gatwick Airport to inform the CAA’s review of airport competition

Gillen, D. W. (2009), “A New View of the Airport Business – Two-sided Platforms”, Airneth Fellow Column, April 2009

Gillen, D. W., W.G. Morrison & C. Steward (2008), “Air Travel Demand Elasticities: Concepts, Issues and Measurement”, Department of Finance, Canada

Granados, N., A. Gupta & R.J. Kauffman (2012), “Online and offline demand and price elasticities: evidence from the air travel industry”, Information Systems Research March 2012 23:164-181

IAG (2007), “Investor Day 2007 Presentation”, 7 March 2007

Infrastructure Journal, 1/6/2010

International Railway Association (2007), High Speed Rail: The Big Picture

Klophaus, R., R. Conrady & F. Fichert (2012), “Low cost carriers going hybrid: Evidence from Europe”, Journal of Air Transport Management 23, Aug. 2012, pp. 54-58

LeighFisher (2011), “Review of Airport Charges 2011”

Link, H., W. Götze & V. Himanen (2006), “Estimating the marginal costs of airport operation by using multivariate time series models with correlated error terms”, Diskussionspapier Nr. 11, Institut für Verkehrswissenschaft, Germany

Littlechild, S. (2011), The Nature of Competition and the Regulatory Process in “Effective Competition” in Telecommunications, Rail and Energy Markets , Intereconomics 2011 (1)

Ministry of Infrastructure and the Environment (2011), “Effects of the Air Passenger Tax Behavioural responses of passengers, airlines and airports”, report by KiM Netherlands Institute for Transport Policy Analysis, February 2011.

Muller-Rostin C. et al (2010), “Airport Entry and Exit: a European Analysis”, in Forsyth P., Gillen D., Muller J. and H-M. Niemeier, Airport Competition: The European Experience, Ashgate, Aldershot.

Morrell, P. (2010), “Airport Competition and Network Access: A European Perspective” in Forsyth P., Gillen D., Muller J. and H-M. Niemeier, Airport Competition: The European Experience, Ashgate, Aldershot

Morrison, W. and C. Winston (1989), “Enhancing the performance of the deregulated air transportation system”, Brooking Papers on Economics Activity: Microeconomics, pp. 61-112

news.monstersandcritics.com (2011), “Frankfurt Airport opens fourth runway this week”, 20 October 2011

Njoya, E.T. and H.-M. Niemeier (2011), “Do dedicated low-cost passenger terminals create competitive advantages for airports?”, Research in Transportation Business & Management 1 (2011), pp. 55-61

Norwegian Institute of Transport Economics (2007), “International and Domestic Air Travel in Norway 2007”

Office of Fair Trading (2004), “Assessment of market power – understanding competition law”

ORC International (2007), “Air Passengers in Lowland Scotland airports”, BAA Airports Market Inquiry, Submitted to Competition Commission, November 2007

Oxera (2012), “Buyer power and its role in regulated transport sectors”, report prepared for the Dutch competition authority, NMa 8 February 2012

Redondi, R. (2009), “Is de-hubbing reversible?”, Airneth Workshop, The Hague, 22 September 2009

Reynolds-Freighan, A. (2010), “Characteristics of airline networks: A North American and European Comparison”, Journal of Air Transport Management, Vol. 16, pp. 121-126

Ryanair (2010), “Ryanair cuts UK winter capacity by 16%”, Press release 29 June 2010

Ryanair (2012), “Ryanair Cuts All Rhodes & Kos Flights From October 2012 As Ministry Of Tourism Reneges On Promotion Agreement”, Press release 17 May 2012

Scott Wilson, Scottish Enterprise, Scottish Government, VisitScotland and Highlands & Islands Airports Limited (2009), “Evaluation of the Scottish Air Route Development Fund”, Final Report

Starkie, D. (2001), “Reforming UK airport regulation”, Journal of Transport Economics and Policy 35 (2001), pp. 119-135

Starkie, D. (2002), “Airport Regulation and Competition”, Journal of Air Transport Management, 8, 63-72

Starkie, D. (2008), Aviation Markets: Studies in Competition and Regulatory Reform, Ashgate, Aldershot

Starkie, D. (2009), “The Airport Industry in a Competitive Environment: A United Kingdom Perspective”, Discussion Paper 2008-15 OECD/ITF

Starkie, D. (2010), “The economic power of Amsterdam airport Schiphol: a review”, Airneth Newsletter (March), 03, 1-3

Starkie, D. (2012), “European airport and airlines: evolving relationships and the regulatory implications”, Journal of Air Transport Management, Volume 21, 2012, pp. 40-49

Starkie D. and G. Yarrow (2008), “Assessment of Competition at Stansted Airport”. Available at www.caa.co.uk/docs/5/ergdocs/080808StanstedCompetitionStarkieYarrow.pdf

Theatlanticcities.com (2012), What the Eurostar’s Success Means for California HSR, 13 January 2012

UK Competition Commission (2008), “Stansted Airport Ltd – Q5 price review”, report Presented to the UK Civil Aviation Authority, 23 October 2008, accessed at: http://www.caa.co.uk/docs/5/ergdocs/ccstansted.pdf

US Department of Transportation (1997), The Value of Travel Time: Departmental Guidance for Conducting Economic Evaluations

Глоссарий

Авиационные доходы
Авиационные доходы — доходы аэропорта от авиационных сборов; часто указываются как аэропортовые сборы. Аэропортовые сборы налагаются на пассажиров и авиакомпании за пользование аэропортом. Они состоят из пассажирских сборов (например, за пользование терминалом), оплачиваемых пассажиром аэропорту при покупке авиабилета, и сборов с авиакомпаний (например, посадочных сборов за пользование взлетно-посадочной полосой, сборов за парковку провозных мощностей), оплачиваемых авиакомпанией непосредственно аэропорту. В среднем, в 2010 г. авиационные сборы составили 52% общих доходов аэропортов Европы.

Покупательная способность
Покупательная способность — способность одного или более покупателей, основанная на их экономической значимости на соответствующем рынке, к получению благоприятных условий покупки от поставщиков. Покупательная способность является важным аспектом сравнительного анализа, поскольку сильные покупатели могут сдерживать политику ценообразования сильных продавцов, создавая таким образом «баланс сил» на соответствующем рынке. Однако покупательная способность не обязательно производит положительный эффект. Например, при столкновении сильного покупателя со слабым продавцом результат может быть хуже, чем при недостаточности влияния покупателя.

Зона охвата
Зона охвата — термин, описывающий географическую зону, в которой проживает большая часть вылетающих пассажиров аэропорта, и в которую прибывает большая часть прилетающих пассажиров аэропорта. Размер зон охвата и перекрывание между зонами охвата соседних аэропортов может являться полезной информацией относительно потенциала и силы конкуренции между этими аэропортами. Размеры соответствующих зон охвата могут варьироваться, к примеру, в зависимости от типа пассажиров и развитости инфраструктуры наземных видов транспорта, обеспечивающих подъезд к аэропорту.

Узловой аэропорт и узловая авиакомпания
Узловой аэропорт — аэропорт, обслуживаемый узловой авиакомпанией, которую иногда называют сетевой авиакомпанией. Авиаузел — аэропорт, используемый авиакомпанией как место пересадки для дальнейшего следования пассажиров в пункт назначения. Он является частью так называемой «хабовой» или «узловой» модели, в рамках которой пассажиры (часто не обслуживаемые прямыми рейсами) меняют самолет по пути следования в окончательное место назначения.
Одни авиакомпании могут использовать единственный авиаузел, другие — несколько.Авиаузлы могут использоваться как для пассажирских, так и для грузовых рейсов, несмотря на существование специализированных грузовых авиаузлов.

Низкотарифный перевозчик
Низкотарифные перевозчики — авиакомпании, обычно использующие в своей рационализированной практике более низкие тарифы, меньший набор услуг и сниженные цены (выражающиеся, например, в более коротком времени на подготовку провозных мощностей к повторному вылету). Эти авиакомпании обычно имеют структуру операционных затрат с более низкими тарифами, чем у традиционных сетевых перевозчиков. Одной из характерных черт низкотарифных перевозчиков является тарифное разделение услуг, оплачиваемых отдельно от авиабилета (например, прием пищи на борту, приоритетная посадка, расположение места и багажа и т. д.). Несмотря на то, что термин часто применяется к любым перевозчикам с низкими ценами на билеты и ограниченным набором услуг, вне зависимости от их операционной модели, низкотарифных перевозчиков не следует путать с региональными авиакомпаниями, обслуживающими прямые рейсы (см. ниже) или с авиакомпаниями полного обслуживания, предлагающими несколько сниженные тарифы.

Позиция на рынке
Позиция на рынке — сила компании на определенном рынке. Согласно базовым экономическим терминам, позиция на рынке позволяет компании выгодно поднимать цены, снижать качество своих услуг или производить больше, чем потребители могут приобрести на конкурентном рынке. В анализе конкуренции позиция на рынке оценивается путем анализа соответствующего рынка, включая расчет доли рынка, что делает необходимым исследование доступности других производителей тех же самых или замещающих продуктов и учета препятствий для выхода на рынок и роста или внедрения инноваций. Важно, чтобы оценка позиции на рынке учитывала все конкурентные ограничения, которым может подвергаться компания, в том числе их совокупное влияние.

Доходы, не относящиеся к авиационной деятельности
Термин *«доходы, не относящиеся к авиационной деятельности»* относится ко всем доходам от коммерческих операций аэропорта, не относящимся к его авиационной деятельности. Эти доходы обычно поступают из источников различных категорий, таких как розничная продажа в аэропорту продуктов питания, напитков и других товаров, парковка автомобилей, реклама или недвижимость (города, в котором расположен аэропорт). В 2010 г. доля указанных доходов европейских аэропортов составила 48% от их общих доходов.

Трафик/пассажир прямого маршрута
Трафик/пассажир прямого маршрута — термин, означающий объем перевозок и пассажиров прямого маршрута. Пассажиры прямого маршрута — пассажиры, совершающие посадку или высадку в определенном пункте, в отличие от остающихся на борту самолета или пересаживающихся на другой рейс в аэропорту, чтобы добраться до своего места назначения.

Перевозчики прямого маршрута
Перевозчики прямого маршрута — авиакомпании с системой маршрутов, согласно которой пассажиры направляются к месту своего назначения напрямую, а не через центральный авиаузел. Данная система отличается от хабовой модели (см. «Перевозчик узловых аэропортов»), в которой авиакомпании обслуживают пункты распределения в сети центрального аэропорта, где пассажиры могут пересесть на другой рейс, чтобы добраться до своего места назначения. К перевозчикам прямого маршрута относятся в том числе и низкотарифные перевозчики (см. выше). В анализе данного исследования основное различие сделано между перевозчиками узловых аэропортов, с одной стороны, и перевозчиками прямого маршрута (включая низкотарифных перевозчиков, региональные и чартерные авиакомпании). Полный список узловых авиакомпаний, обслуживающих регулярные рейсы в Европе, можно найти в техническом приложении к настоящему исследованию.

Эластичность цены
Эластичность цены (спроса) — экономическая мера, используемая с целью показать «отзывчивость», или эластичность, количественного показателя, требуемого для изменения цены товара или услуги. Выражаясь более точно, она меняет процентное соотношение количества, требуемого в ответ на изменение цены на 1% (оставляя постоянными все другие детерминанты спроса, такие как доход). Эластичность спроса может быть рассчитана на уровне продукта в целом (например, туристические поездки) или, к примеру, на уровне маршрута. Последнее значение будет выше, поскольку потребители могут выбирать других поставщиков маршрута, а также другие виды транспорта.

Транзитные перевозки/пассажиры
Термин *«транзитные перевозки/пассажиры»* описывает пассажиров, меняющих провозные мощности в аэропорту, используемом в качестве места стыковки двух рейсов.

Двусторонний бизнес
Двусторонние бизнесы (двусторонние рыночные отношения) предоставляют платформы для двух отдельных групп пользователей, обе из которых получают преимущество от объединения на общей платформе. Аэропорты обычно считаются двусторонними бизнесами, предлагающими услуги как пассажирам, так и авиакомпаниям. Другими примерами осуществления таких отношений являются кредитные карты, пользователями которых являются как держатели карт, так и продавцы; операционные системы (конечные пользователи и разработчики); бронирование поездок (путешественники и авиакомпании); желтые страницы (рекламодатели и потребители) и общение через сети, такие как Интернет. Преимущества получает каждая группа. Потребители, к примеру, предпочитают кредитные карты, пользующиеся наибольшей популярностью у продавцов, в то время как продавцы предпочитают карты, владельцами которых является большинство потребителей.

Copenhagen Economics

Sankt Annæ Plads 13 / DK – 1250 Копенгаген
Контакты: + 45 2333 1810 / ce@copenhageneconomics.com