



Авиаперевозки: пресс сезонности

Исполнительный директор
Агентства «АвиаПорт»
Олег Пантелеев

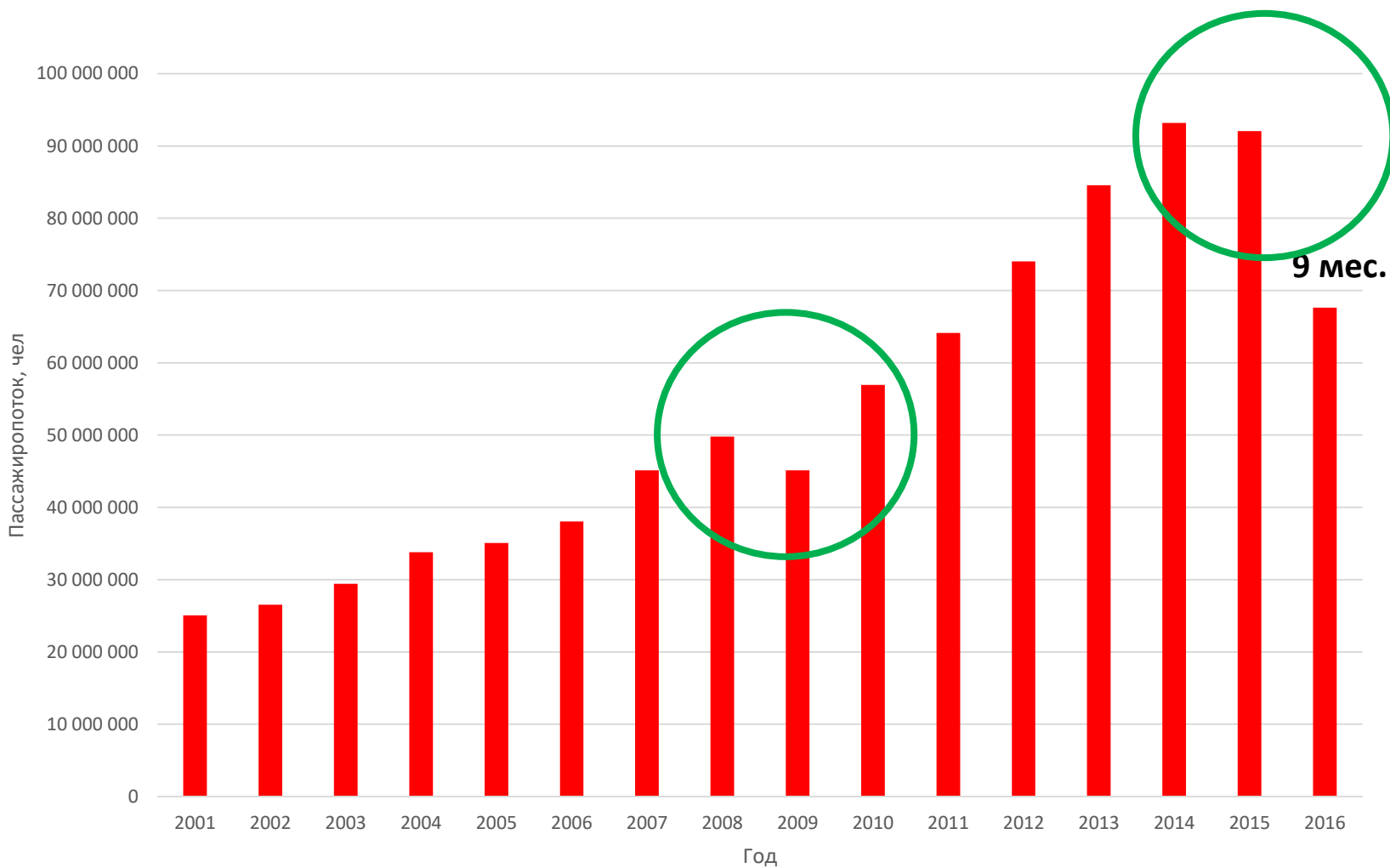
Об обзоре рынка

Отраслевое агентство «АвиаПорт» в рамках VI выездной конференции «Сирена-Трэвел» представляет **обзор рынка авиационных перевозок** в Российской Федерации.

Обзор включает данные по **объёмам перевозок пассажиров** на внутренних и международных линиях, а также по **динамике цен** на авиабилеты и доходам авиакомпаний. Делается вывод о существенном влиянии фактора сезонности.

Предлагаются решение по защите доходности в низкий сезон.

Динамика рынка пассажирских перевозок 2001-2016 гг.

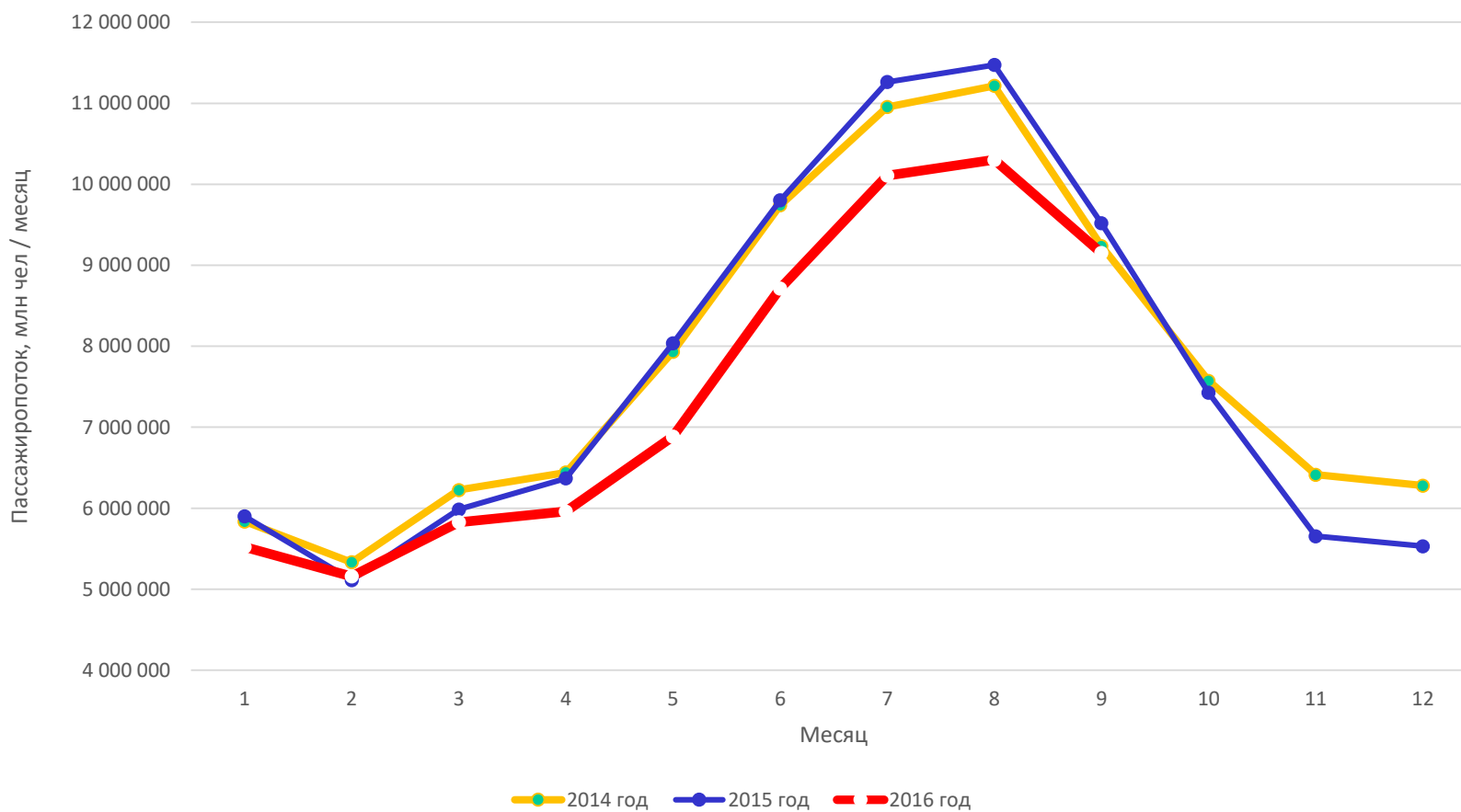


Источник данных: ТКП



Динамика рынка пассажирских перевозок

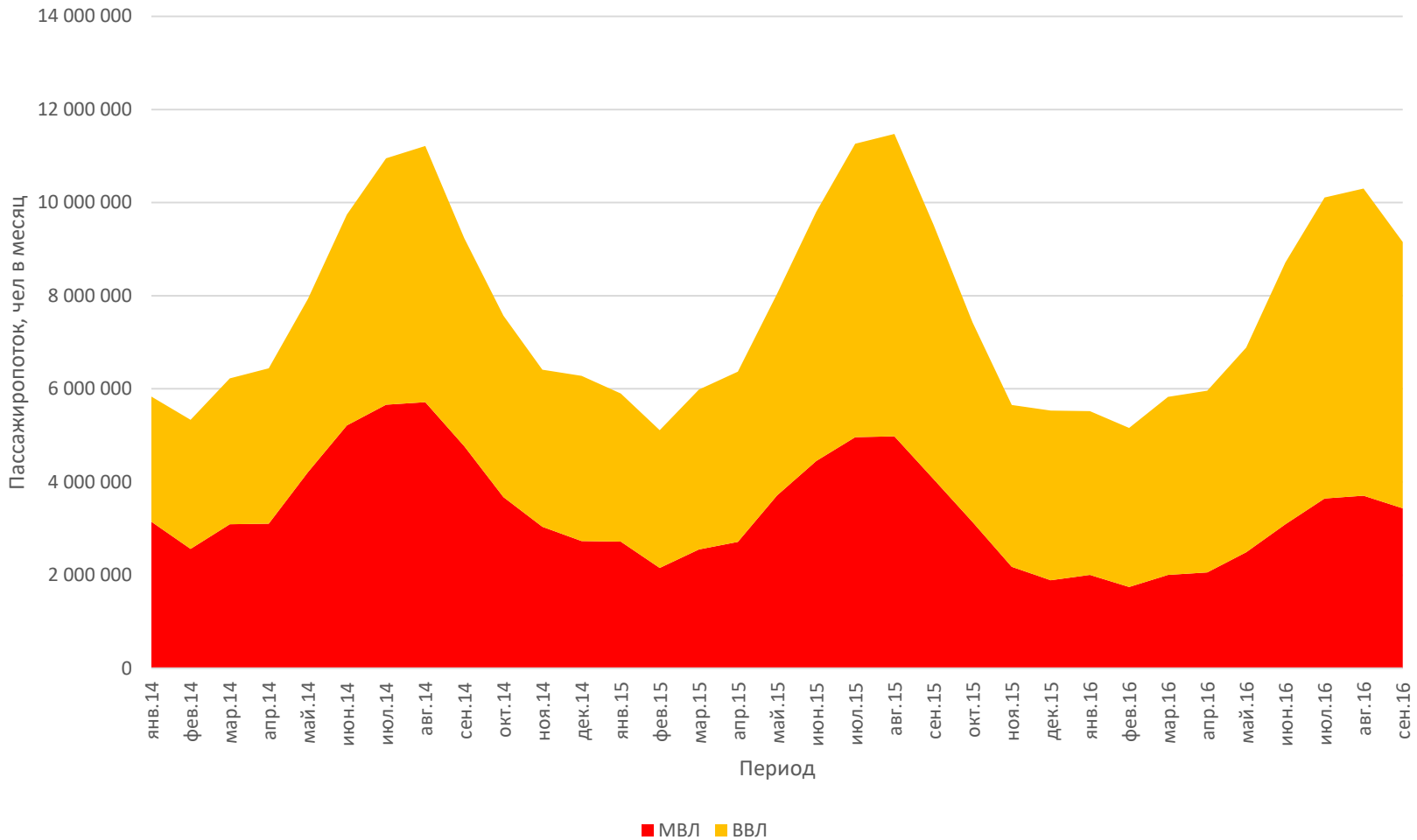
Пассажиропоток 2014 - 2016 гг.



Источник данных: ТКП



Динамика рынка пассажирских перевозок, МВЛ / ВВЛ



Источник данных: ТКП

Динамика пассажиропотока по авиакомпаниям

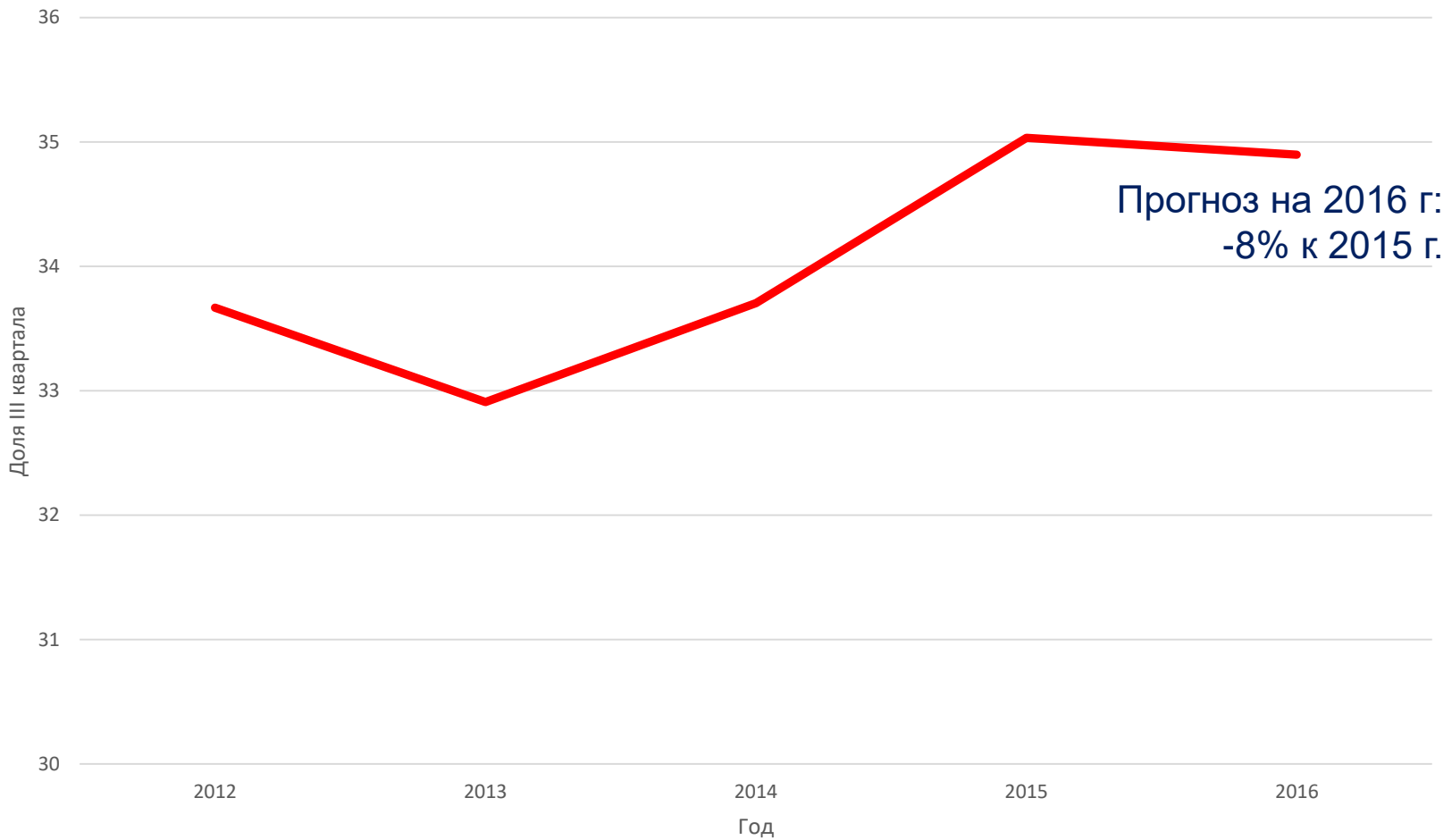
Авиапредприятие	Перевезено пассажиров, чел.			Процент занятости пассажирских кресел, %		
	2015 Янв-Сен	2016 Янв-Сен	% Янв-Сен 2016 к Янв-Сен 2015	2015 Янв-Сен	2016 Янв-Сен	+/- Янв-Сен 2016 к Янв-Сен 2015
Аэрофлот - российские авиалинии	19 668 982	21 709 917	110,4	80,2	82,0	+ 1.8
Сибирь	6 265 901	7 457 144	119,0	80,7	86,8	+ 6.1
Россия	3 849 586	6 102 656	158,5	76,3	84,3	+ 8.0
Авиакомпания "ЮТэйр"	4 316 636	5 001 636	115,9	72,4	72,4	+ 0.0
Уральские Авиалинии	4 259 645	4 982 257	117,0	77,3	79,3	+ 2.0
Итого по 5 авиакомпаниям	38 360 750	45 253 610	118,0	-	-	-
Победа	2 162 924	3 261 085	150,8	82,0	87,6	+ 5.6
Глобус	1 869 716	2 717 124	145,3	80,6	85,2	+ 4.6
АЗУР эйр	1 851 411	1 753 180	94,7	95,4	94,9	- 0.5
ВИМ-АВИА	1 285 648	1 671 917	130,0	74,3	77,6	+ 3.3
Северный Ветер	2 233 170	1 355 338	60,7	92,2	91,1	- 1.1
АТК "Ямал"	1 176 661	1 179 786	100,3	74,6	68,8	- 5.8
Аврора	868 175	1 051 497	121,1	71,8	73,8	+ 2.0
НордСтар	881 484	1 022 946	116,0	73,7	75,1	+ 1.4
Ред Вингс	844 295	798 840	94,6	82,9	86,5	+ 3.6
РОЯЛ ФЛАЙТ	694 855	745 897	107,3	92,8	92,4	- 0.4
Итого по 15 авиакомпаниям	52 229 089	60 811 220	116,4	-	-	-

Ключевые тенденции рынка

Рынок пассажирских перевозок в Российской Федерации **прекратил рост**, однако на этот раз главными драйверами стали не макроэкономические факторы, как в 2008-2009 гг., либо курсовые разницы в 2014-2015 гг. на МВЛ. Драйверами стали скорее **уход с рынка "Трансаэро"**, бывшей статистически значимым игроком, а также **закрытие или сокращение рынков Египта, Турции, Украины и Молдавии**.

В ноябре-декабре 2016 года **статистика волшебным образом "воспрянет"** с учётом низкой базы, а **2017 год**, на радость чиновникам, **станет годом "подъёма"**. Главное – вернуть Египет, заново не поссориться с Турцией и не обрушить экономику.

Драматический рост сезонности



Источник данных: ТКП

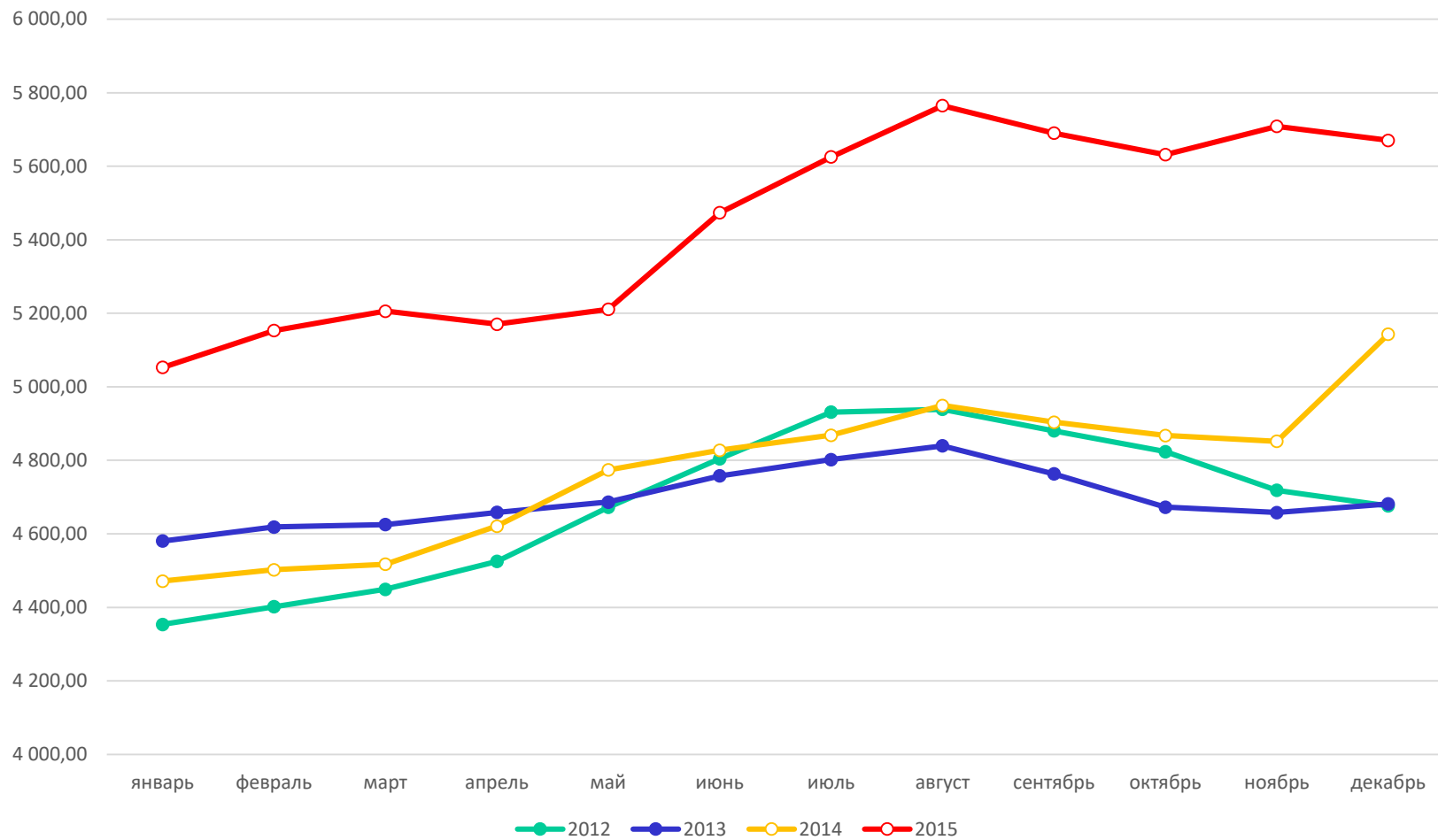
Драматический рост сезонности

Закрытие рынка Египта, наиболее востребованного зимнего направления, привело к тому, что **сезонность спроса увеличилась**. Правда, **статистика** по объёму перевозок об этом особо **не свидетельствует**: соотношение перевозок в III квартале к году в целом изменяется незначительно.

Но важно понимать, **почему это происходит?**



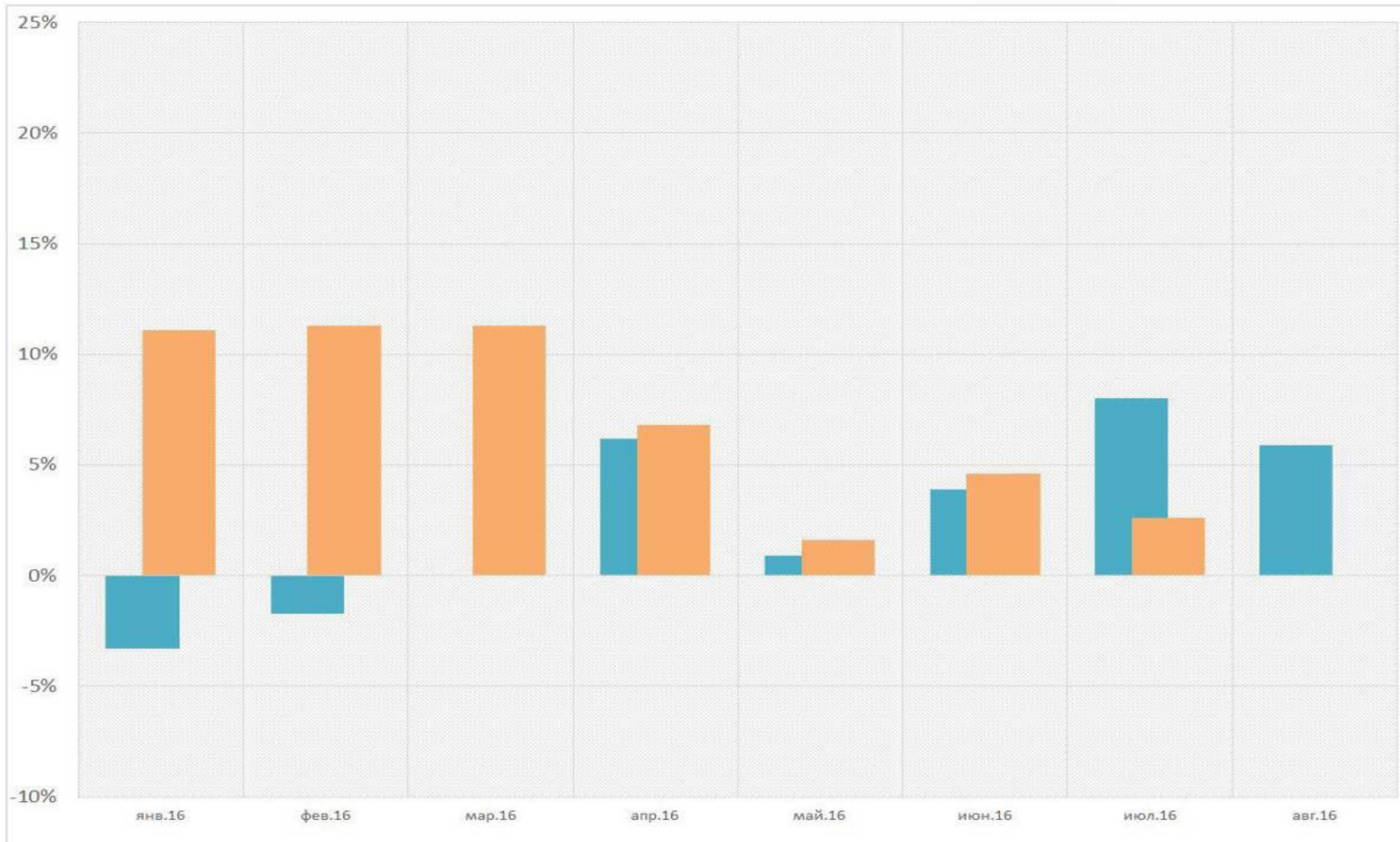
Динамика цен на авиабилеты



Источник данных: ГКС



Динамика цен: бегство пассажиров на ЖД



Источник данных: ВШЭ

Динамика цен: активно роём себе яму

2016 год принёс две новости: одна – хорошая, в первом полугодии **доходная ставка российских авиакомпаний, по ряду оценок, повысилась примерно на 20%**, в третьем квартале ситуация, судя по всему, как минимум не ухудшилась. Авиакомпании зарабатывали так хорошо, что пассажир уныло побрёл на ЖД вокзал.

Вторая – плохая. **В году четыре квартала...**

В осенне-зимнем расписании излишние провозные ёмкости вывалены на конкурентные направления. По данным А.Крамаренко, **все АК повысили предложение** на линии Москва – Санкт-Петербург к 2015 г., а многие – и к летнему расписанию 2016 г. Выставлено 114 тыс. кресел в неделю, почти 500 тыс. кресел в месяц.

Авиакомпании снова **вернут себе пассажиров**, которые слезут с "Сапсана": почему бы не полететь за 1500 рублей OW? Но чтобы заработать на этой линии, перевозчикам нужно либо **кратно сократить свои издержки** (их формируют, прежде всего, затраты на лизинг и на топливо), либо взорвать пару мостов.

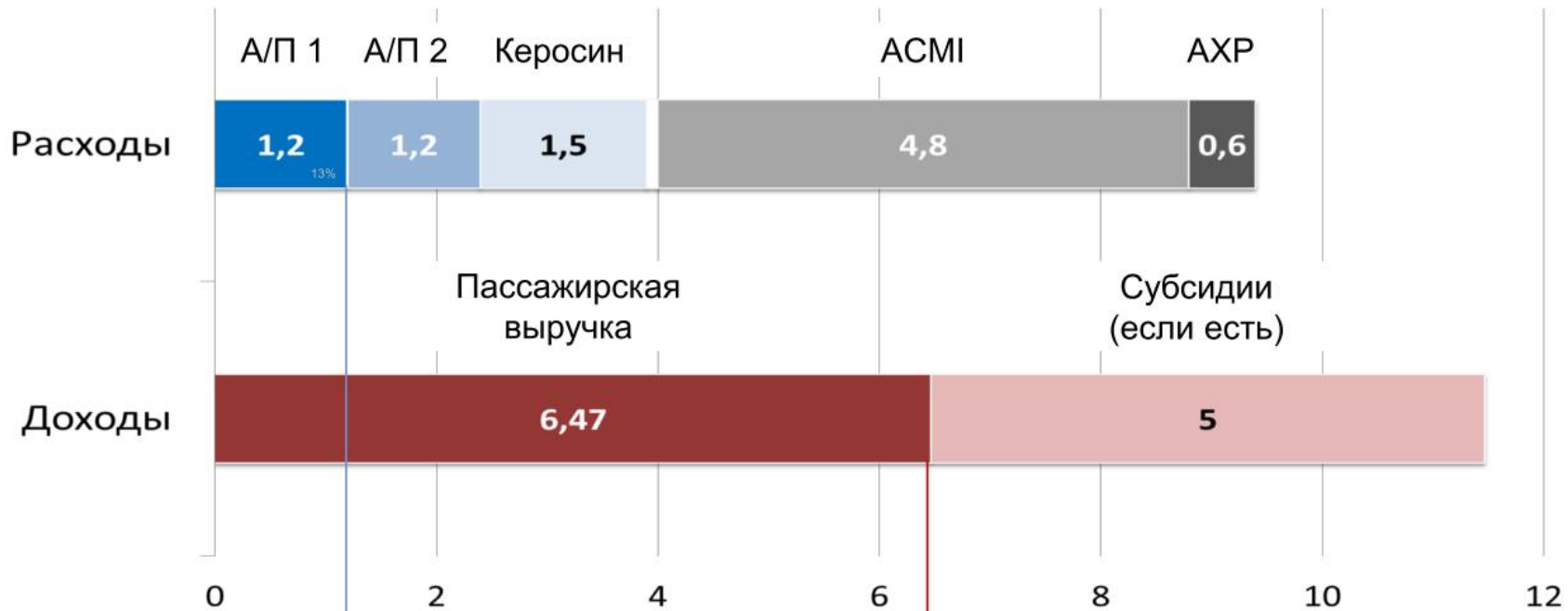
Сохранение доходов: что делать?

В летнем расписании 2016 года **на фоне роста тарифов пассажиропоток** отдельных авиакомпаний **не сократился** в силу снижения предложения из-за ухода "Трансаэро". Однако уже осенью 2016 года **наследие** бывшей второй авиакомпании было **полностью исчерпано**.

Для сохранения доходности нужно прекратить наращивать провозные ёмкости и предложение (этого не произойдёт), либо сокращать издержки (кто бы знал, что ещё урезать), либо **искать новые рынки** (Китай, привет). Либо **дифференцироваться и получать дополнительные доходы**, предлагая уникальные возможности.

Сохранение доходности: зарабатывать больше

Удельные показатели, рублей / ККМ



Лимит финансовых возможностей аэропорта (нулевая выручка)

Привлечение одного пассажира в 5 раз выгоднее получения 100%-й скидки в аэропорту

Источник данных: Аэропорты регионов

Заметки на полях

- 1) Первично событие: предлагать авиабилет как дополнение к мероприятию, в пакете.
- 2) От путешествия выходного дня к программе "Узнай Россию": четыре города за два месяца.
- 3) Евробизнес-класс и блокирование кресел: вводить услугу и допродавать её на стойке / на борту.
- 4) Предварительная продажа питания: расширенный ассортимент, ресторан на борту.
- 5) "Дополнительная" ручная кладь: допродавать на стойке.
- 6) Продажи на борту: бизнес-класс, места с увеличенным пространством, питание, заказ такси, прокат автомобиля и бронь гостиницы.
- 7) Готовиться к сети на борту: портал на борту, развлечения, фильмы, игры, Wi-Fi и связь.

Выводы

- 1) Авиакомпании выбрали "наследие" почившей "Трансаэро" и в зимнем сезоне вступают в жёсткую конкуренцию. На фоне низкой базы перевозки будут расти.
- 2) Тарифы в I-III кварталах 2016 года были выше, чем годом ранее. В IV квартале можно прогнозировать заметное снижение доходности на высококонкурентных линиях. Далее все будет зависеть от открытия Египта, который сможет "утилизировать" часть парка.
- 3) Брендные тарифы стали главным изменением 2016 года. Трендом 2017 года должна быть активная продажа дополнительных услуг: на сайте, в приложении, на стойке регистрации и на борту.
- 4) Сайт авиакомпании может стать конкурентом ОТА.



**Благодарю
за внимание!**

<http://www.aviaport.ru/>



**Никогда ещё обед
не был столь близок 😊**

<http://www.aviaport.ru/>