

13	Аренда бизнес-джета на несколько человек становится трендом	14	Площадь нового международного терминала МАУ превысит 16 тыс. кв.м	15	В уфимском аэропорту растут доходы от неавиационной деятельности	16	Международный аэропорт Уфы получил «три звезды»
----	---	----	---	----	--	----	---

Эпоха сдержанного оптимизма

Глобальный рынок бизнес-авиации пережил период большого бума, катастрофический спад и замер перед новыми реалиями. Рост возобновится, но об астрономических цифрах временно нужно забыть.

— индустрия —

На смену словам «стагнация» и «падение», основательно укоренившимся в лексиконе игроков рынка деловой авиации за последние четыре года, пришли «стабилизация» и «сдержанный оптимизм». Глобальная отрасль, кажется, окончательно смирилась с тем, что такого головокружительно-го взлета, какой наблюдался вплоть до середины 2009 года, не повторится еще несколько десятилетий. К 2014 году перегретый в докризисное время рынок окончательно остыл и стал принимать новые очертания. Изменения коснулись многого: и интенсивности полетов, и вторичного рынка, и прогнозов, и расстановки сил среди производителей бизнес-джетов.

Снова «большая пятерка»

Серийный выпуск бизнес-джетов — самый жирный кусок мировой индустрии деловой авиации, ее локомотив и основной показатель состояния рынка. Согласно данным Ассоциации производителей самолетов авиации общего назначения, в 2013 году поставки бизнес-джетов стабилизировались после четырехлетнего падения: покупателям было передано 678 реактивных самолета — на 6 больше, чем годом ранее. Для сравнения: в последнем докризисном 2008 году в мире было поставлено вдвое больше — 1313 машин. Но несмотря на такую разницу в количестве выпущенных самолетов, стоимость поставок в

2013 году оказалась огромной — \$21 млрд. Это на \$4 млрд больше, чем в 2012 году и почти столько же, сколько в 2008-м. Это обусловлено изменениями в структуре поставок бизнес-джетов. Крупный транснациональный бизнес, приобретающий самолеты больших и дальнемагистральных классов, имеет большой иммунитет к падениям экономики, в то время как средний и даже малый бизнес — основные покупатели небольших бизнес-джетов — более зависим от состояния экономики и доступных условий финансирования сделки. Таким образом, в четырехлетний период спада наиболее устойчивым спросом пользовались дальнебойные самолеты, стоимость которых начинается от \$40–50 млн. Соответственно, в выигрыше оказались те производители, в модельном ряду которых больше таких машин.

В результате в производственном секторе началась перестановка сил. Если раньше речь шла об условной «большой шестерке» лидеров в формате «5 + 1» (Bombardier Aerospace, Gulfstream Aerospace, Cessna Aircraft, Dassault Aviation, Hawker Beechcraft и молдой, но многообещающий Embraer), то сейчас бразильский концерн Embraer упрочил свои позиции, потеснив обанкротившуюся американскую Hawker Beechcraft и наступая на пятки еще одной американской компании — Cessna.

Несколько изменилась и карта поставок бизнес-джетов в 2013 году. Несмотря на негативные последствия



Время разбрасывать деньги прошло: деловые пассажиры стали реже летать на бизнес-джетах

кризиса, доля США после перерыва в пару лет вновь превысила психологический рубеж: на них пришлось 52,4% мирового объема переданных заказов бизнес-джетов. Следом с огромным отставанием идет Европа с 15,6%, в страны Азии передано почти 12% бизнес-джетов, на долю Латинской Америки пришлось 11%, а на Ближний Восток и Африку — 9%.

Полеты во сне

Рынок деловой авиации традиционно тесно коррелирует с состоянием мировой экономики, поэтому ее

колебания отражаются на интенсивности полетов — втором после производственного сектора индикаторе отрасли. По данным отчета Международного валютного фонда, в 2013 году рост ВВП в США составил лишь 1,9%. Неудивительно, что летная активность в США снизилась на 0,3% по итогам 2013 года, по данным аналитической компании ARGUS TRAPak.

В целом по миру наблюдается более высокий интерес к полетам на бизнес-джетах: аналитики британской JSSI констатируют скромный рост легкой активности на 4% в 2013 году. По данным компании, на первом месте стоят Ближний Восток и Африка: там подъем в прошлом году достиг 25%.

Далее следует Азия (22%), затем Европа (12%), и на последнем месте США (6%).

Рынок покупателя

На вторичном рынке бизнес-джетов царит определенное оживление, но он по-прежнему остается рынком покупателя: скидки на самолеты радуют, лишь 5–7% самолетов выставлено по ценам, близким к нормальным рыночным. Согласно аналитической компании JETNET/AvData, в 2013 году было закрыто более 2,2 тыс. сделок, наибольшей популярностью среди бизнес-джетов на вторичном рынке пользовались большие и дальнебойные машины: число закрытых сделок по ним выросло на 5,7% по сравнению с 2012 годом. А вот легкие само-

леты разделили судьбу своих новых «одноклассников»: в 2013 году в этом сегменте вторичного рынка было совершено 883 сделки купли-продажи — на 4,7% меньше, чем в 2012 году.

Национальный вопрос

Состояние отечественного рынка бизнес-авиации также измеряется показателями интенсивности полетов. В 2013 году для стабильного роста этого индикатора рынка были созданы экономические предпосылки. Ключевыми драйверами роста по традиции выступили нефтегазовый и перерабатывающий секторы экономики и рост числа лиц с высокой концентрацией частного капитала. Так, средняя цена нефти марки Urals, основного товара российского экспорта, в 2013 году составила \$107,88 за баррель, а число долларовых миллиардеров в стране составило 108 человек, согласно рейтингу, составленному CNN Money.

Благоприятные экономические условия нашли отражение в статистике числа рейсов и обслуженных пассажиров бизнес-авиации: в 2013 году только в Московском авиаузле было принято примерно 29 тыс. рейсов, из них больше 19 тыс. рейсов пришлось на долю Внуково-3, крупнейшего терминала деловой авиации в России. Но если по количеству принятых бортов Внуково-3 практически вышел на докризисный уровень, то по показателю пассажиропотока картина изменилась: пассажиров бизнес-чартеров оказалось больше, чем в 2007 и 2008 годах. Аренда бизнес-джета на несколько человек становится трендом, о чем свидетельствуют цифры: если в 2007 году на 19,5 тыс. рейсов приходилось чуть больше 103 тыс. пассажиров, то в 2012 и 2013 годах их число составило 137 тыс. и 133 тыс. человек при аналогичном числе обслуженных рейсов.

«Санкции всерьез не отразятся на финансовых показателях аэропорта»

— мнение —

Общая стоимость реконструкции международного аэропорта Уфы (МАУ), приуроченной к проведению в городе в 2015 году саммитов Шанхайской организации сотрудничества и БРИКС, превысила 7 млрд рублей. Львиную долю затрат на реконструкцию аэродрома взял на себя федеральный бюджет. О том, как повлияет на развитие МАУ строительство, а также о перспективах авиапредприятия «Авиация» рассказал генеральный директор аэропорта «Уфа» Александр Андреев, возглавлявший предприятие ровно год назад.

— Александр Вадимович, как, на ваш взгляд, по итогам работы в первом полугодии уфимский аэропорт выглядит по сравнению со своими «одноклассниками» в России?

— Полугодовые показатели у нас даже выше средних по отрасли. Впрочем, есть неравномерность роста внутренних авиалиний и международных. Это было вполне прогнозируемо, поскольку речь идет о разных рынках перевозок и объясняется не только сезонностью спроса, но и внешнеполитическими факторами. В то время, когда внутренний рынок, будучи в зрелом состоянии, сохранял устойчивость, международный только наполнялся, но стремительными темпами — по 30 и более процентов ежегодно. Сейчас он стабилизировался и стал расти медленнее.

— Вы видите точки роста объемов на внутренних и международных линиях в Уфе?

— У нас 40 процентов перевозок — рейсы в Москву. Их количество достигает 15 в день, что с точки зрения стабильности и прогнозируемости очень хорошо. Если же говорить о международных линиях, то существуют устойчивые направления полетов, которые выполняют сетевые авиакомпании, например, «Чешские авиалинии», «Пурецкие авиалинии». Они образуют один сегмент рынка. Другой сегмент — курортные направления, они обслуживаются чартерными рейсами и компаниями. Судить же о конкурентоспособности аэропорта на основании роста количества авиакомпаний было бы неверно. Это, скорее, популистские оценки.



— По каким критериям вы оцениваете KPI менеджмента аэропорта?

— Для меня KPI складывается из четырех пунктов: финансово-экономические показатели, удовлетворенность клиентов, эффективность внутренних процессов предприятия и социальная составляющая, то есть удовлетворенность персонала, его квалификация. В этом плане мы делаем многое, в том числе, повышаем зарплату сотрудникам.

— По какому из этих показателей, на ваш взгляд, в аэропорту может работать эффект низкой базы?

— Не думаю, что в данной ситуации корректно говорить об эффекте низкой базы. У нас стабильное, устойчиво развивающееся предприятие. За прошедшие два года удалось сделать многое. Сейчас в аэровокзале работают операторы общественного питания и розничной торговли с федеральным опытом. В 2013 году мы увеличили прибыль в три с половиной раза, регулярность полетов повысили на 20 процентов.

— Под регулярностью вы имеете в виду объем регулярных перевозок?

— Нет, количество рейсов, которые не были задержаны по вине аэропорта. Повышение на 20 процентов за год — хороший показатель. Количество жалоб пассажиров и авиакомпаний мы снизили почти в два раза, первыми из региональных и даже некоторых аэропортов «большой пятерки» внедрили отраслевой стандарт эксплуатационной безопасности (ISAGO). За всем этим стоит ежедневная упорная работа и профессиональная квалификация персонала. На мой взгляд, авиацией, как и иной

специализированной отраслью, например, медициной, должны руководить люди с соответствующей профильной квалификацией — образованием и опытом.

— Вы передали непрофильные услуги на конкурсе или аффилированным структурам?

— У нас нет аффилированных структур. При передаче услуг общественно питания мы отдавали предпочтение сетевым компаниям с опытом работы не только на региональном, но и на федеральном уровнях: кафе «108 чайников», компания «Тренд», сеть кофеен «Шоколадница». Как раз за счет передачи непрофильных видов деятельности на аутсорсинг наш штат сократился более чем на 200 человек. Как ни парадоксально, но по итогам 2013 года мы имели убыток 30 миллионов рублей от предоставления услуг общественного питания. Передача этой функции уже дала ощутимый экономический эффект. Таких видов деятельности у аэропорта несколько. Аналогичный кратный рост прибыли аэропорта происходит и в других непрофильных сегментах, например, упаковка багажа. Передача на аутсорсинг профильному оператору данной работы позволила утоить прибыль нашего предприятия от этого направления деятельности.

— Как идет набор арендаторов для нового международного терминала? Будет ли увеличена площадь дьюти-фри?

— В новом терминале открытые процедуры по подбору арендаторов уже тоже завершены. В нем больше 1500 квадратных метров арендных площадей. Оператор дьюти-фри компа-

ния Heinemann планирует увеличить площадь магазина.

— Гостиница для аэропорта остается доходным бизнесом?

— Гостиница приносит прибыль, но поскольку для нас сейчас основная задача — подготовиться к саммитам, стратегический перевод других непрофильных бизнесов на аутсорсинг продолжается уже после их проведения. Пока мы избавились от откровенно неприбыльных либо недооцененных функций, что позволило получить быстрый экономический эффект.

— Можете ли вы на этом этапе сказать, как будет развиваться около аэропортовая инфраструктура?

— У нас есть актуальный мастер-план развития. Естественно, в 21 веке есть экономические тренды, и любые технологически сложные бизнесом эффективнее управлять как основным. Нам еще предстоит определить степень недооцененности других видов бизнеса аэропорта, это серьезная работа.

— По тому, как идут дела, вы можете дать прогноз выручки, прибыли аэропорта в этом году?

— Мы ожидаем финансово-экономический результат не хуже, чем в прошлом году. Из-за внешнеполитической ситуации, конечно, трудно что-то планировать детально. С уверенностью могу говорить про внутренние авиалинии, а вот по международным направлениям, учитывая сегодняшнюю геополитическую обстановку, прогнозы строить сложнее.

— Как изменится структура выручки аэропорта по итогам года?

— Выручка от неавиационной деятельности уже выросла вдвое. Рассчитываем и далее поднимать ее за счет качества услуг и использования аутсорсинга там, где это уместно и выгодно. Сегодня, если авиакомпания экономит на бортовом питании, это значит, что пассажир пойдет перед вылетом в кафе аэропорта. И мы по согласованию с операторами поднимем арендную плату и увеличим прибыль. Таких профессиональных цепочек можно провести немало. Будем поднимать выручку и от авиационной составляющей. Причем не только изменением тарифов, но и за счет развития технологической работы предприятия. И, конечно, сокращать расходы за счет увеличения производительности труда. Уже по-

вышена производительность труда более чем на 15 процентов за год, зарплата персонала повышена на эту же величину.

— Вы ожидаете, что санкции против России повлекут за собой уход зарубежных перевозчиков из региональных аэропортов?

— Мне о таких планах перевозчиков ничего неизвестно. Проект зимнего расписания будет приниматься в конце сентября. Но отмечу, что у нас более 70 процентов пассажиропотока осуществляется внутренними авиалиниями, и это характерно для всех региональных аэропортов России. Поэтому санкции с точки зрения финансовых показателей предприятия вряд ли могут иметь решающее значение.

— Есть ли у вас данные о перевозчиках, которые, напротив, намерены расширить программу полетов из Уфы?

— Интерес к выполнению рейсов определяется рядом совершенно ограниченных параметров. Первое — платежный спрос у населения, то есть наличие пассажиропотока. Вторых, инфраструктура, позволяющая выполнять рейсы. В-третьих, географическое положение, потому что есть авиационное и неавиационное расстояние перевозчик. И конечно, качество услуг, предоставляемых авиакомпаниям, в том числе безопасность и регулярность полетов, время обслуживания воздушных судов на перроне. Исходя из этого, авиакомпании строят сеть своих маршрутов. У нас из аэропорта выполняют рейсы около 40 авиакомпаний, но перевозчик перевозчику рознь. Ограниченное количество компаний закрывают очень большой объем рейсов — пять-шесть выполняют более 70 процентов перевозок. Аналогичный показатель в других аэропортах и в Москве, и в регионах. Существуют чартерные перевозчики. Они приходят так же быстро, как и уходят. Есть у них эпизодическая загрузка — рейсы выполняются, нет — не выполняются. Аэропорт, конечно же, опирается на перевозчиков, осуществляющих регулярные полеты. Это гарант нашей устойчивой прибыли, долгосрочная конъюнктура. Чартерным перевозчикам тоже рады, не отказываем им.

— Партнеры находят вас или вы их ищете?

— Существует масса способов теоретического и практического взаимодействия аэропорта с авиакомпаниями. У нас, например, впервые в практике аэропорта появился комитет аэропортовых операторов. Впервые мы применили открытый формат регулярного прямого общения с авиакомпаниями, это дает хороший эффект. Мы напрямую обсуждаем проблемы, которые интересуют нас и наших партнеров, сократили время принятия решений, оперативно информируем авиакомпанию о тех изменениях, которые у нас происходят.

— В чем материализуется этот эффект?

— В росте доходов от увеличения количества заполняемых слотов в расписании. В качестве, которое отражается в удовлетворенности авиакомпаний как клиентов нашего аэропорта. Технологически это материализуется даже в сокращении времени обслуживания самолетов.

— То, что итальянская авиакомпания «Нью Ливингстон» предпочла Уфу Екатеринбург, было следствием растущей привлекательности аэропорта, как писали СМИ?

— Итальянская авиакомпания заявила четырнадцать рейсов, пять из которых отменила — в общем объеме перевозок это меньше одного процента. Классический сезонный курортный перевозчик, который набрал несколько туристических групп и все. Но мы, конечно, рады с ним работать.

— Маршрутная сеть, которая для потребителя имеет большое значение, не главный показатель для аэропорта?

— Маршрутная сеть — хороший показатель с точки зрения пассажира, но есть еще понятие ее устойчивости, то есть долговременного и бесперебойного выполнения рейсов в том или ином направлении. Наш аэропорт — девятый по пассажиропотоку в России, надеюсь, минимум в десятке и останется. Глубина, ширина и устойчивость маршрутной сети должны быть пропорциональны нашему статусу как транспортного узла. Все крупнейшие авиакомпании страны выполняют рейсы из Уфы, с каждой из них мы разработали программу развития партнерства, которой неуклонно следуем, тем самым опережая рост перевозок по отношению к среднеотраслевому значению.