



АНАТОЛИЙ ЖДАНОВ

постоянное наличие в продаже доступных билетов на случай срочной поездки. Если бы все билеты продавались по дешевым тарифам, они бы моментально раскупались и такой возможности не было бы.

Впрочем, доступные авиабилеты есть в «Аэрофлоте» не только благодаря такой системе. С 2015 года компания участвует в федеральных программах субсидируемых перевозок и реализует собственную программу «плоских тарифов» на рейсах из Москвы в пункты Дальнего Востока, Калининград и Симферополь. Речь идет о тарифах с фиксированной ценой в экономклассе, которая не зависит от даты приобретения билета. «Аэрофлот» и его дочерняя авиакомпания «Россия» летают в города Дальнего Востока. На этих направлениях полет, например, рейсом «России» в один конец обойдется в 13,2 тыс. руб. или в 22 тыс. руб. в обе стороны. Стоимость перелета по «плоскому тарифу» «Аэрофлота» из Москвы в Симферополь или Калининград составляет 5610 руб., а туда и обратно — 9350 руб.

Высокий класс обслуживания

В своем отзыве, опубликованном на американском портале The Points Guy, путешественник Хавьер Родригес, летавший рейсом «Аэрофлота» из Вашингтона в Дубай, рассказывает, что сделал выбор в пользу перевозчика как раз благодаря доступным ценам накануне вылета. Пассажир отдельно отметил интерьер салона, свободные

проходы между кресел экономкласса, уровень чистоты в туалетных комнатах на протяжении всего длительного перелета и систему бортовых развлечений. Питание, по мнению путешественника, также оказалось гораздо лучше, чем в экономклассе других перевозчиков. Если бюджетное обслуживание в «Аэрофлоте» находится на высоком уровне, то бизнес-классу нет равных. Этот тезис подтверждается многочисленными наградами. В апреле авиакомпания получила престижную премию 2019 PAX International Readership Awards в номинации «Лучший набор бизнес-класса в Европе». А спустя несколько недель «Аэрофлот» был в третий раз признан самой любимой авиакомпанией, получив премию Flyer Award 2019.

Перевозчики традиционно уделяют особое внимание перелету в бизнес-классе. Как правило, тарифы здесь существенно отличаются от доступных билетов экономкласса, и авиакомпании заинтересованы в премиальных пассажирах. Максимально загруженный салон бизнес-класса может по-

«Аэрофлот» уже утвердил стратегию — перевезти к 2023 году, когда авиакомпания будет отмечать 100-летие, не менее 100 млн пассажиров

крыть 75% всех издержек на полет, говорится в исследовании консалтинговой компании McKinsey. Большая разница в цене позволяет авиакомпаниям обеспечивать своего рода перекрестное субсидирование: за счет продаж дорогих билетов бизнес-класса перевозчикам удается держать низкие тарифы в экономклассе.

Но спрос на премиальные перелеты не такой эластичный: в McKinsey указывают, что пик активности бизнес-пассажиров обычно приходится на понедельник и четверг. Тем не менее премиальные кресла редко бывают пустыми — оставшиеся свободными места в бизнес-классе «Аэрофлот» предложит занять пассажирам класса эконом, купившим билеты по тарифам группы «Премиум». Для этого пассажир может доплатить или потратить мили программы лояльности «Аэрофлот Бонус» (здесь приоритет отдается ее элитным участникам).

Перспективы роста

Поддерживать доходность «Аэрофлоту» помогает продажа дополнитель-

ных услуг, что в последние годы превратилось в общемировую тенденцию. По данным компании Sabre, с 2009 года общемировая доходность авиаперевозок в реальных ценах на одного перевезенного пассажира упала на 2%, в то время как доход от продажи дополнительных услуг на одного пассажира вырос на 41%. Таким образом, вывод очевиден — дальнейший рост перевозок будет спонсировать рост продаж дополнительных услуг. Основным спросом у пассажиров «Аэрофлота» пользуются услуги перевозки сверхнормативного багажа, платного выбора места и повышения класса обслуживания.

Еще одно важное и доходное для «Аэрофлота» направление — транзитные авиаперевозки. По итогам 2018 года они обеспечили более 40% пассажиропотока авиакомпании. Благодаря уникальному географическому положению страны «Аэрофлот» как крупнейшая российская авиакомпания обладает рядом бесспорных конкурентных преимуществ на транзите Европа—Азия: авиакомпания выигрывает до трех часов полетного времени. Иностранцам, путешествующим между Европой и Азией, выгоднее летать не через Франкфурт, Дубай, Доху, а через Москву. На ряде глобальных направлений «Аэрофлот» уже стал транзитным перевозчиком номер один по пассажиропотоку — например, на линии Пекин—Прага. Но не только экономия времени привлекает иностранных пассажиров, а еще и премиальный сервис. Он становится дополнительным фактором борьбы за пассажира на международных линиях, где конкурируют лучшие из лучших. Не случайно в 2019 году «Аэрофлот» был признан «Лучшей авиакомпанией для транзита между Китаем и Европой» по версии престижной китайской премии Stars Awards. «Аэрофлот» второй год подряд победил сразу в трех номинациях европейского этапа престижной премии World Travel Awards — «Лидирующий авиационный бренд Европы», «Авиакомпания Европы с лучшим бизнес-классом» и «Лучшая авиакомпания Европы для путешествий в Азию». Но компания не собирается останавливаться на достигнутом. В планах «Аэрофлота» — продолжить активную экспансию на рынке глобальных транзитных потоков за счет открытия новых пунктов полетов и развития на существующих рынках путем роста частоты выполнения рейсов и увеличения емкостного предложения, чтобы нарастить транзитный пассажиропоток с 5 млн до 10–15 млн к 100-летию компании ●