



**Ярошевич Н. Ю.**, канд. экон. наук, докторант кафедры Мировой экономики Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург, [iarnat@mail.ru](mailto:iarnat@mail.ru)

## КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ АЭРОПОРТОВЫХ УСЛУГ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И ФОРМЫ СУЩЕСТВОВАНИЯ

*Неудовлетворительное состояние аэропортовой инфраструктуры в нашей стране и реализация политики «открытого неба» на мировом авиатранспортном рынке актуализирует проблему поиска эффективных механизмов повышения рыночной привлекательности аэропортовых услуг. Таким инструментом может стать конкуренция. В статье дана классификация аэропортовых услуг, выделены сегменты, где развитие конкуренции может иметь положительные внешние эффекты, подробно проанализированы формы существования конкуренции на рынке аэропортовых услуг.*

**Ключевые слова:** аэропортовые услуги, конкуренция на рынке аэропортовых услуг, формы конкуренции на рынке аэропортовых услуг.

### Введение

В силу естественных географических факторов российский транспорт является одной из системообразующих отраслей экономики, обеспечивающих территориальную целостность государства и единство экономического пространства страны. Одна из ключевых проблем отечественной гражданской авиации заключается в неудовлетворительном состоянии ее аэропортовой инфраструктуры.

За последние двадцать лет количество аэропортов в России сократилось с 1302 в 1992 г. до 383 в 2008 г. При этом регулярные авиаперевозки осуществляются только через 250 аэропортов. По данным 2008 г., только порядка 20 аэропортов работали с прибылью<sup>1</sup>. По официальным данным, об-

щий объем недофинансирования российских аэропортов с 1991 г. по настоящее время составляет более 1 трлн рублей.

Таким образом, становится актуальным поиск эффективных механизмов привлечения инвестиций в развитие инфраструктуры аэропортов и повышение эффективности их деятельности.

Одним из таких механизмов может быть развитие конкуренции на рынке аэропортовых услуг, поиск и развитие конкурентных преимуществ аэропорта на международном рынке.

Еще одним аргументом в пользу развития конкуренции на рынке аэропортовых услуг является политика дерегулирования деятельности аэропортов, принятая большинством стран мира. В рамках этой политики рынок аэропортовых услуг превращается в более конкурентный, приходится бороться за привлечение авиакомпаний, используя более агрессивную рыночную стратегию. Экономический рост, процессы глобализации, происходящие в мировой экономике, требуют

<sup>1</sup> Финансово-экономическое обоснование к предложению Росавиации от 03.03.2010. № АН1.14–727 «Об определении арендной платы за земли, занятые аэродромами и объектами ОрВД» [электронный ресурс]. [http://old.favt.ru/zip/fi\\_oz\\_01\\_10.pdf](http://old.favt.ru/zip/fi_oz_01_10.pdf).

от современных аэропортов более высокого качества обслуживания пассажиров, предоставления большего числа разнообразных услуг. Таким образом, можно говорить о коммерциализации деятельности аэропортов, о необходимости повышения их конкурентоспособности на мировом рынке.

В рамках данного исследования анализируются особенности развития конкуренции на рынке аэропортовых услуг и формы ее существования.

### Классификация аэропортовых услуг

Для понимания особенностей существования конкуренции на данном рынке необходимо изучить специфику и все разнообразие предоставляемых аэропортом услуг.

Современные аэропорты объединяет множество видов бизнес-услуг, которые под-

разделяются на авиационные и неавиационные (рис. 1).

В классификации представлен не весь перечень предоставляемых аэропортом услуг. В соответствии с внешними условиями рынка и внутренней организацией бизнеса, для каждого аэропорта перечень услуг будет варьироваться. Данный подход можно определить как производственный, так как предложенная классификация основывается на технологии предоставления услуг.

Однако, в рамках данного исследования становится актуальной задача классификации аэропортовых услуг в зависимости от участия аэропорта и коммерческих организаций в предоставлении тех или иных услуг, а также возможность существования конкуренции между участниками авиатранспортного процесса. Исходя из этого, можно выделить три варианта услуг:



Рис. 1. Классификация аэропортовых услуг

1. Оператор аэропорта (аэропорт) — единственный поставщик услуги. Например, услуга обеспечения взлет-посадки воздушного судна. В рамках данного вида услуг аэропорт является монополистом на определенной территории.

2. Оператор аэропорта — один из нескольких поставщиков услуг. Например, услуги технического обслуживания могут быть оказаны сервисной компанией, специализирующейся на них; технической службой авиакомпаний, базирующихся в данном аэропорту или технической службой самого аэропорта. Соответственно, у авиакомпаний есть возможность выбора поставщика услуг по цене и качеству. В данном сегменте аэропортовых услуг есть возможность использовать все положительные эффекты развития конкуренции.

3. Оператор аэропорта не предлагает данную услугу. Ее предлагают другие хэндлингвые или коммерческие организации. Например, топливообеспечение, услуги обеспечения бортовым питанием, беспешинная и розничная торговля, рестораны, бары и т. д. Рынок данных услуг в аэропорту является конкурентным.

Предложенная классификация может быть использована для анализа и определения структуры конкурентных услуг аэропорта, тех видов деятельности и секторов услуг, где развитие конкуренции будет иметь положительные внешние эффекты.

### **Перспективы развития конкуренции на рынке аэропортовых услуг**

Представленные выше классификации показали все многообразие предоставляемых аэропортовых услуг. Каждый вид услуг имеет разные перспективы развития конкуренции, соответственно, модели рынка. Для того чтобы понять всю специфику развития конкуренции на рынке аэропортовых услуг, рассмотрим следующий пример.

В сегменте транзитных авиаперевозок все услуги аэропорта будут конкурентными. В части транзитных рейсов авиакомпании всегда имеют возможность выбора аэропорта, через который выполняется рейс. Например, аэропорт Кольцово в части обеспечения транзитных пассажирских рейсов конкурирует с аэропортами Тюмени, Челябинска, Уфы и Перми. Аэропорт Толмачево в части приема транзитных грузовых рейсов конкурирует с аэропортами Омска, Красноярска, Иркутска. Таким образом, аэропортовые услуги, предоставляемые для транзитных рейсов, не являются естественными монополиями и регулируются исключительно рыночными механизмами.

А вот категория услуг обслуживания первоначальных взлет-посадок из аэропорта имеет более сложную структуру. При этом к первоначальным взлет-посадкам относятся взлеты воздушных судов из аэропортов отправления и их посадки в аэропортах назначения.

Остановимся на обслуживании в аэропортах первоначальных взлет-посадок. Назовем эту категорию услуг первоначальными. Они предоставляются на рынке, совпадающим с районом притяжения аэропорта (территориально-географический район, в котором формируется спрос на первоначальные отправки из аэропорта).

Для данного исследования актуально рассмотреть категорию внутренних авиационных аэропортовых услуг. Проанализируем, какие авиационные услуги являются монопольными, в силу особенностей технологии высоких невозвратных издержек, а где возможно существование конкуренции. В таблице 1 приведен возможный перечень авиационных услуг, оказываемых в аэропорту. Все виды услуг объединены в ней в укрупненные блоки, или так называемые «корзины».

Анализ показал, что только 9 из 18 приведенных в данной таблице блоков авиационных аэропортовых услуг являются естественными монополиями. Все остальные

Таблица 1

## Перечень авиационных аэропортовых услуг

№	Наименование блока («корзины») авиационных аэропортовых услуг	Естественно монопольные услуги (ЕМ)	Конкурентные услуги (К)
1	Выделение аэропортовых воздушных, посадочных и стояночных слотов	ЕМ	
2	Управление воздушным движением в районе аэродрома	ЕМ	
3	Радиотехническое обеспечение полетов в аэропортах	ЕМ	
4	Светотехническое обеспечение полетов в аэропортах	ЕМ	
5	Аэродромное обеспечение полетов	ЕМ	
6	Метеорологическое обеспечение полетов в аэропортах	ЕМ	
7	Аварийно-спасательное обеспечение полетов в аэропортах	ЕМ	
8	Противопожарное обеспечение полетов в аэропортах	ЕМ	
9	Обеспечение авиационной безопасности аэродрома	ЕМ	
10	Обеспечение авиационной безопасности пассажиров и грузов в аэропортах		К
11	Инженерно-авиационное обеспечение полетов в аэропортах		К
12	Коммерческое обеспечение перевозок пассажиров в аэропортах		К
13	Коммерческое обеспечение перевозок грузов и почты в аэропортах		К
14	Выделение стоянок для базирования воздушных судов в аэропортах		К
15	Выделение мест для воздушных судов в ангарах аэропортов		К
16	Обеспечение полетов бортипитанием		К
17	Топливный хэндлинг		К
18	Наземный хэндлинг		К

авиационные аэропортовые услуги — конкурентные, и на них распространяются все рыночные механизмы.

Таким образом, структура рынка аэропортовых услуг позволяет разграничить его на монопольный (или естественно монопольный) сектор, который представлен услугами, связанными с наземной инфраструктурой, и конкурентный сектор, который включает услуги аэропорта, хэндлинговых компаний, предприятий по продаже и экспедированию перевозок, коммерческих организаций, предоставляющих авиационные и неавиационные услуги на территории аэропорта. Вместе с тем, конкурентный сектор не следует идентифицировать с рынком совершенной конкуренции, скорее, адекватной моделью для описания такого рынка будут модели олигополии или так называемой монополистической конкуренции<sup>2</sup>.

### Формы конкуренции на рынке аэропортовых услуг

Международный совет аэропортов выделяет следующие формы конкуренции на мировом рынке аэропортовых услуг:

- конкуренция за привлечение новых авиакомпаний — пассажиров и грузов;
- конкуренция между аэропортами с пересекающимися зонами охвата;
- конкуренция за роль хаба между аэропортами и за транзитные транспортные потоки между хабами;
- конкуренция между аэропортами, находящимися в одном мегаполисе;
- конкуренция между терминалами в аэропортах;
- конкуренция за право обеспечить наземное обслуживание (хэндлинг) авиакомпаний<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> «Группа восьми» в цифрах 2006 года. Статистический сборник (официальное издание). / Статистика России. — М., 2006. — 123 с.

<sup>3</sup> Международная организация гражданских аэропортов (ICAO): [электронный ресурс]. <http://www.icao.org>.

Поясним выделенные формы конкуренции.

Понятно, что любой аэропорт заинтересован в привлечении новых авиакомпаний — основных целевых потребителей услуг, вслед за увеличением числа авиакомпаний всегда появляется большее количество пассажиров и грузоотправителей.

Следующая форма существования конкуренции на рынке аэропортовых услуг связана с определением географических границ этого рынка. По современной российской практике географические границы товарного рынка аэропортовых услуг определяются в соответствии со ст. 4 Закона о защите конкуренции. В границах сферы обращения товара (территории), исходя из экономической, технической или иной возможности, приобретатель (покупатель) может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами. Покупателю рассматриваемая услуга оказывается в месте ее получения, а именно, на территории, на которой расположен аэропорт.

Следовательно, географическими границами рынка аэропортовых услуг будет непосредственно территория аэропорта определенного населенного пункта (города). Исходя из этого, географическими границами данного рынка является город, на территории которого находится аэропорт.

В мировой практике определение географических границ рынка аэропорта происходит дифференцировано. Любой аэропорт привлекает пассажиров в определенном географическом районе, который называют зоной охвата аэропорта. Географические границы зоны охвата зависят от расстояния, времени в пути до аэропорта и дальности авиаперелета.

Например, в практике европейских аэропортов для региональных рейсов географическими границами рынка аэропорта является радиус в 100 км и время в пути 1–1,5 часа. Для дальнемагистральных рейсов географические границы рынка соот-

ветствуют радиусу в 300 км и 2–2,5 часам в пути до него<sup>4</sup>.

Для российских аэропортов, плотность которых значительно меньше на территории страны, чем в Европе, эти показатели существенно увеличиваются. Для региональных рейсов (внутристрановых) географические границы рынка можно определить как радиус в 300 км и 2,5–3 часа в пути до аэропорта. Для международных рейсов географические границы рынка соответствуют радиусу 500–600 км и 4–5 часам пути.

Следует также отметить, что географические границы рынка аэропорта будет определять уровень развития транспортного сообщения с населенными пунктами, попадающими в указанный радиус.

С точки зрения зоны транспортной доступности для пассажиров и грузоотправителей рынок аэропорта можно определить как территорию региона, области, жители которой имеют транспортную возможность приехать в данный аэропорт, выбирая его по тем или иным критериям. Например, для аэропорта Кольцово клиентами являются жители города Екатеринбурга, Свердловской области, Челябинской области, городов Челябинска, Тюмени, Перми. И, соответственно, чем выше транспортная доступность аэропорта, тем шире будут географические границы рынка аэропорта.

Соответственно, зона охвата аэропорта Кольцово пересекается с зонами охвата аэропортов Челябинска, Перми, Тюмени. Таким образом, между указанными аэропортами существует конкуренция за привлечение авиакомпаний и пассажиров, особенно в секторе дальнемагистральных авиалиний.

Следующие две формы существования конкуренции в российской практике объединены в одном примере — Московский авиационный узел.

В последнее время в средствах массовой информации неоднократно обсуждается вопрос о возможности и необходимости развития узловых аэропортов в РФ и Московском авиационном узле.

Узловой аэропорт (хаб) — это, по сути дела, транзитный и пересадочный аэропорт. Перевозки через крупнейшие зарубежные хабы организуются по принципу «ступиц» и «спиц». Вначале в узловом аэропорту (ступице) собираются пассажиры по магистральным, межрегиональным и межконтинентальным маршрутам, затем эти пассажиры отправляются региональными и местными маршрутами (спицами) в конечные точки назначения, куда магистральному перевозчику летать невыгодно.

Авиационная статистика учитывает два вида транзитных пассажиров: пассажиры прямого транзита и трансферные пассажиры.

Первые — это пассажиры рейса, делающего в аэропорту временную остановку, например, для дозаправки перевозимого им самолета или посадки (высадки) части пассажиров. При этом номер рейса не меняется, хотя самолет может быть заменен. В данном случае перевозчик должен заплатить аэропорту за обслуживание пассажиров, находящихся на аэровокзале во время остановки.

Трансферный пассажир — это пассажир, совершающий в данном аэропорту пересадку с рейса одной авиакомпании на другой рейс этой же или другой авиакомпании (трансфер). Такой пассажир может иметь единый, действующий на весь маршрут перевозочный документ, но номера рейсов обязательно разнятся. За обслуживание этого пассажира платят дважды: за рейс, которым он прилетел, и рейс, которым улетит.

Поэтому с точки зрения экономики аэропорта однократное пребывание в аэропорту трансферного пассажира дает эффект обслуживания двух пассажиров. А уж если это пассажир международных рейсов, то на жаргоне авиаторов его называют «жирным пассажиром».

<sup>4</sup> The economic market power of Amsterdam Airport Schiphol. Commissioned by the Netherlands Competition Authority (NMa). April 2010. [электронный ресурс]. <http://www.gap-projekt.de>.

Естественно, что в аэропорту это самый желанный пассажир, и за привлечение его и аналогичных грузов идет жесткая конкурентная борьба аэропортов.

Трансферный пассажир, прилетев в Москву из городов Западной Европы, США, стран Юго-Восточной Азии, неизбежно работает на экономику не только аэропорта, но и города, пользуясь услугами городской инфраструктуры в аэропорту и вне его. Вместе с этим, это своеобразный пассажир. В отличие от местного, который прилетит в конечный пункт своего пути в любом случае, у трансферного почти всегда есть выбор. Поэтому в Москву он прилетит только в том случае, если пересадку здесь можно будет сделать быстрее и удобнее, чем в аэропортах других городов.

Конкуренция между московскими аэропортами — это, прежде всего, жесткая конкурентная борьба за привлечение именно такой категории пассажиров. На данный момент существует две противоположные позиции по отношению к эффективной роли конкуренции между аэропортами Москвы.

Первая говорит о необходимости объединения аэропортов в единый (с точки зрения управления) хаб для повышения внешней конкурентоспособности на мировом рынке. Вторая позиция предполагает развитие конкуренции между аэропортами Москвы.

И у тех, и у других есть свои аргументы поддержки. Например, если пассажир прилетел из Хабаровска в аэропорт Домодедово и ему надо лететь в Адлер из аэропорта Внуково, то этот пассажир с момента прибытия уже не нужен аэропорту Домодедово и не нужен аэропорту Внуково до момента его прибытия во Внуково. Пассажир с его багажом — ничей. Не будет же аэропорт Домодедово заботиться о будущем пассажире аэропорта Внуково, и наоборот.

Положение может измениться, когда пересадка авиапассажира станет возможна в одном аэропорту при наличии «стыковочных» волн авиарейсов и соответствующей

обработке багажа. Наиболее перспективным и конкурентоспособным аэропортом с точки зрения развития международного хаба, по оценкам экспертов, является Домодедово<sup>5</sup>.

Таким образом, формы конкуренции: «конкуренция за роль хаба между аэропортами и за транзитные транспортные потоки между хабами» и «конкуренция между аэропортами, находящимися в одном мегаполисе» для России тоже актуальны.

В целом, можно отметить, что в конкурентных условиях в той или иной степени находится каждый международный и региональный аэропорт.

В России, по оценкам компании «Авиационные стратегии и маркетинг», в конкурентной среде по зонам охвата аэропорта находятся около 50 аэропортов, в роли хаба — 11 международных узловых аэропортов и 25 внутрироссийских узловых аэропортов, в одном мегаполисе — максимум 3 аэропорта. Конкуренция между терминалами и конкуренция за право обеспечивать наземное обслуживание (хэндлинг) авиакомпаний присутствуют только в одном аэропорту — Шереметьево<sup>6</sup>. Но с развитием хэндлингового бизнеса в России количество таких аэропортов возрастет.

Таким образом, можно говорить, что конкуренция на рынке аэропортовых услуг присутствует, и задача государственной политики в отрасли — создание условий для ее развития. Развитие конкуренции в секторах конкурентных услуг, развитие неавиационных видов деятельности, использование маркетингового управления в деятельности современного аэропорта позволит не только повысить его экономи-

<sup>5</sup> The economic market power of Amsterdam Airport Schiphol. Commissioned by the Netherlands Competition Authority (NMa). April 2010. [электронный ресурс]. <http://www.gap-projekt.de>.

<sup>6</sup> Основные тенденции мирового развития авиатранспорта и прогноз авиатранспорта в МАУ до 2030 года [электронный ресурс]. <http://www.aex.ru/docs/2/2010/10/25/1194/>.

ческую эффективность, конкурентоспособность на рынке, но и привлекательность для частных инвестиций. Формируя сегодня корпоративные стратегии и стратегические планы, аэропортам необходимо учитывать развитие конкуренции и процессы глобализации.

### Список литературы

1. Финансово-экономическое обоснование к предложению Росавиации от 03.03.2010. № АН1.14–727 «Об определении арендной платы за земли, занятые аэродромами и объектами ОрВД» [электронный ресурс]. [http://old.favt.ru/zip/fi\\_oz\\_01\\_10.pdf](http://old.favt.ru/zip/fi_oz_01_10.pdf).
2. «Группа восьми» в цифрах 2006 года. Статистический сборник (официальное издание). / Статистика России. — М., 2006. — 123 с.
3. Международная организация гражданских аэропортов (ICAO): [электронный ресурс]. <http://www.icao.org/>.
4. The economic market power of Amsterdam Airport Schiphol. Commissioned by the Netherlands Competition Authority (NMa). April 2010. [электронный ресурс]. <http://www.gap-projekt.de/>.
5. Основные тенденции мирового развития авиатransпортов и прогноз авиатransпортов в МАУ до 2030 года [электронный ресурс]. <http://www.aex.ru/docs/2/2010/10/25/1194/>.
6. Гуцин А. В. Система контроля качества как эффективный инструмент конкурентоспособности российских аэропортов [электронный ресурс] // АСМ Авиационные стратегии и маркетинг [сайт] — М., 2009. URL: <http://www.aviafond.ru/docs/avias.ppt>.
7. Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. №3. 2010.
8. Смирнова О. О. Нарушения антимонопольного законодательства на аэропортовых территориях: установление монополично-высокой цены на услуги парковки // Современная конкуренция. № 1. 2010.

---

*N. Yaroshevich, Doctoral Candidate of Chair «World economy», Ural State Economic University, Yekaterinburg, [iarnat@mail.ru](mailto:iarnat@mail.ru)*

### THE COMPETITION IN THE MARKET OF AIRPORT SERVICES: FEATURES OF DEVELOPMENT AND FORMS OF EXISTENCE

Poor state of airport infrastructure in our country, implementing a policy of «open skies» air transport market in the world, actualizes the problem of finding effective mechanisms to enhance their market attractiveness. The competition can become such tool. The article gives classification of the airport services; select a segment in which competition can have positive spillover effects, analyzed in detail the forms of existence of competition in the market of airport services.

**Key words:** airport services, competition in the market of airport services, forms of competition in the market of airport services.