

## **Литература**

1. Официальный сайт российского медиахолдинга «РБК». – URL: <https://www.rbc.ru/> (Дата обращения: 10.10.2020).
2. Официальный сайт интернет-издания «Venture Capital». – URL: <https://vc.ru/marketing/-141173-issledovanie-rynska-reklamy-v-instagram-v-rf-v-2019-godu> (Дата обращения: 11.10.2020).
3. Катернук А.В., Салов А.Н. Применение базовых методик оценки конкуренции в исследовании рекламного рынка России // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2019. – № 3. – С. 26–29.
4. Официальный сайт интернет-маркетинговой компании «E-PROMO». – URL: [http://www.e-promo.ru/blog/performans\\_marketing/istoriya\\_kontekstnoy\\_reklamy/](http://www.e-promo.ru/blog/performans_marketing/istoriya_kontekstnoy_reklamy/) (Дата обращения: 11.10.2020).
5. Официальный сайт рекламного агентства «Profi Media». – URL: <http://profimedia.ru/istoriya-internet-reklamy/> (Дата обращения: 18.10.2020).
6. Официальный сайт агентства интернет-маркетинга «iConText». – URL: [https://www.icontext.ru/video\\_reklama/](https://www.icontext.ru/video_reklama/) (Дата обращения: 18.10.2020).
7. Официальный сайт Google. – URL: <https://support.google.com/google-ads/announcements/9048695?hl=ru> (Дата обращения: 19.10.2020).
8. Официальный сайт новостей рекламы и маркетинга «Sostav». – URL: <https://www.sostav.ru/publication/mediareklamnyj-ekaterinburg-5025.html> (Дата обращения: 19.10.2020).
9. Едигарьева Я.С., Сипер А.С. Исследование и разработка способов повышения конкурентоспособности рекламно-производственной компании / Сайт электронного архива «ЭЛАР». – URL: [https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/20143/1/RSPVU\\_2017\\_173.pdf](https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/20143/1/RSPVU_2017_173.pdf) (Дата обращения: 19.10.2020).
10. Официальный сайт компании «РосБизнесКонсалтинг». – URL: <https://ekb.rbc.ru/ekb/19/09/2019/5d835efe9a7947399c9173e1> (Дата обращения: 19.10.2020).
11. Официальный сайт рекламной компании «Gallery». – URL: <http://www.gallerymedia.com/-out-of-home/cities/ekb/> (Дата обращения: 20.10.2020).
12. Официальный сайт издания «AllAdvertising». – URL: [https://www.alladvertising.ru/-info/?srchPat\[4\]=59&srchPat\[4\]=59&curPos=0](https://www.alladvertising.ru/-info/?srchPat[4]=59&srchPat[4]=59&curPos=0) (Дата обращения: 20.10.2020).

## **АНАЛИЗ РЫНКА ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК В РФ**

**Рудалева И. А., Плотникова Ю.В., Хамидуллина Р.Д.**  
*Казанский федеральный университет, Казань, Россия*

**Аннотация.** В данном исследовании рассмотрен рынок пассажирских авиаперевозок в Российской Федерации. Определены его особенности и произведен анализ рыночной структуры по методике, разработанной ФАС. Выявлен наиболее точный способ определения типа рыночной структуры.

**Ключевые слова:** индекс концентрации, индекс энтропии, индекс Херфиндаля-Хиршмана, пассажирские авиаперевозки, олигополия, сертификат эксплуатанта, барьеры входа-выхода, рыночная структура, выручка, пассажирооборот.

Состояние транспортной инфраструктуры, в том числе сферы авиасообщения, оказывает большое влияние на развитие национальной экономики. В России, занимающей первое место по площади среди стран мира, этот вопрос наиболее актуален. Российский рынок пассажирских авиаперевозок изменяется на протяжении 28 лет и к 2019 году значительно трансформировался. Чтобы определить тип его рыночной структуры и выявить тенденции развития, мы собрали данные по выручке и пассажирообороту всех российских авиакомпа-

ний, занимающихся пассажирскими авиаперевозками согласно «Реестру эксплуатантов и воздушных судов», и проанализировали их в порядке, регламентированном Приказом Федеральной антимонопольной службы (ФАС) от 28 апреля 2010 г. № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

Вначале необходимо обозначить временные, географические и товарные границы исследуемого рынка. Были изучены данные рынка пассажирских авиаперевозок в России за 2019 год.

Согласно «Реестру эксплуатантов и воздушных судов» в России пассажирскими авиаперевозками занимается 88 авиакомпаний [1]. Распределение их долей по выручке и по пассажирообороту представлено на рис. 1 и рис. 2. Можно заметить, что лидирующее положение по выручке занимает S7 Airlines, а по пассажирообороту - Аэрофлот.

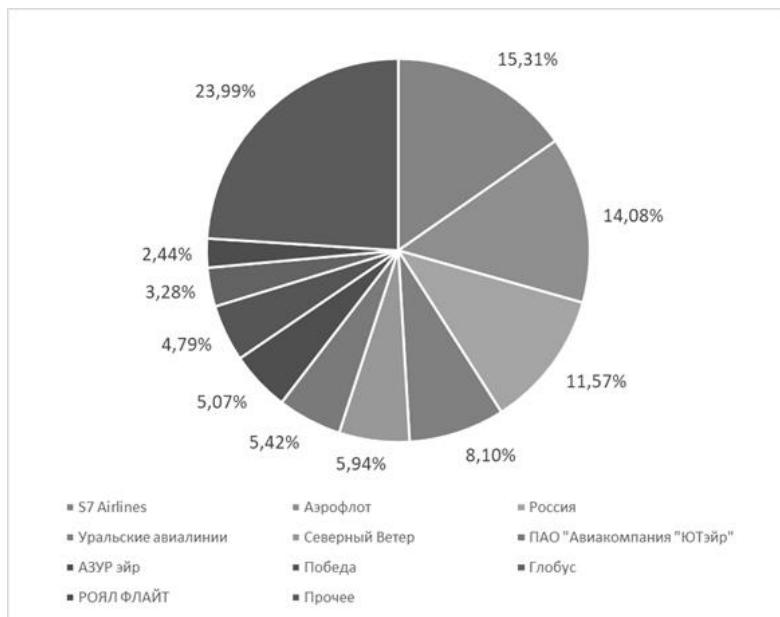


Рис. 1. Распределение долей российских авиакомпаний по выручке в 2019 г.

Источник: составлено автором на основе [2]

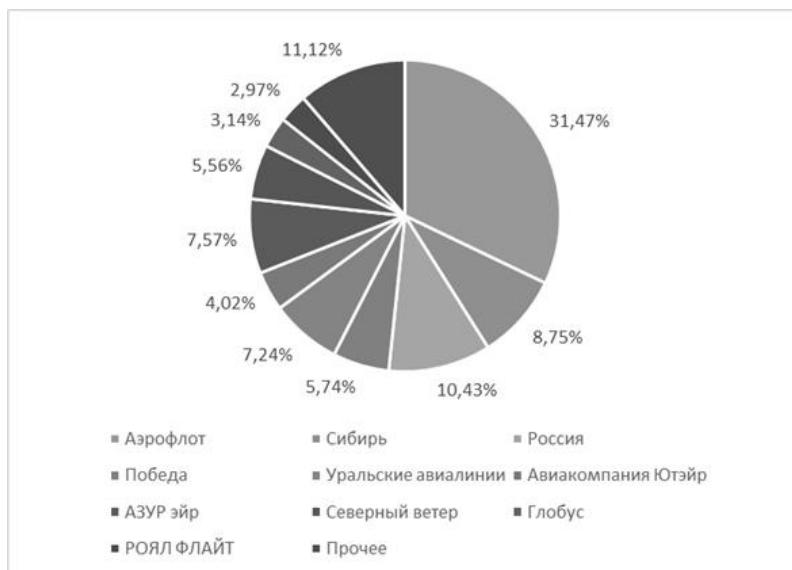


Рис. 2. Распределение долей российских авиакомпаний по пассажирообороту в 2019 г.

Источник: составлено автором на основе [3]

Чтобы систематизировать расчеты индексов, составим таблицу.

Таблица 1  
Расчет индексов по данным выручки и пассажирооборота авиакомпаний за 2019 г.

Название индекса	Формула	Значение по данным выручки авиакомпаний	Значение по данным пассажирооборота авиакомпаний
Индекс концентрации	$CR = \sum_{i=1}^n Y_i$	0,55	0,66
Индекс Херфиндаля-Хиршмана	$HHI = \sum_{i=1}^N Y_i^2$	784	1395
Индекс энтропии	$E = \sum_{i=1}^N Y_i * \ln\left(\frac{1}{Y_i}\right)$	-172	-217

Нужно заметить, что индексы, рассчитанные по разным показателям, не равны. Определим актуальное значение для каждого критерия классификации, а также сопоставим полученные результаты с таблицей диагностики рыночной структуры [4] и внесем в таблицу 2.

Рассмотрим барьеры входа на рынок пассажирских авиаперевозок подробнее для того, чтобы доказать, что они высоки. Во-первых, требуются большие вложения для приобретения и обслуживания парка воздушных судов. Чтобы обозначить, о какой сумме идет речь, можно привести в пример Аэробус, цена которого составляет 20 - 50 млн долл. Во-вторых, даже с учетом других затрат на открытие авиакомпании топливо составляет большую часть издержек фирмы, являясь существенным препятствием для входа на рынок. Согласно отчету New York Times, расходы на топливо составляют до 50% расходов авиакомпании [5]. В-третьих, на авиалинии распространяется широкий спектр государственных нормативных актов, и соблюдение всех из них может стать препятствием для входа на рынок некоторых авиакомпаний. Нормативные требования, включая обязательную компенсацию за отказ в бронировании, обязательное предварительное уведомление за 30 минут об изменении статуса рейса и правила, касающиеся действий авиакомпании в случае задержки на взлетной полосе, обходятся авиаперевозчикам более чем в 1,5 миллиарда долларов в год. Также для осуществления коммерческих авиаперевозок необходим сертификат эксплуатанта ВС, который подтверждает соответствие авиакомпании требованиям законодательства Российской Федерации и Чикагской конвенции о международной гражданской авиации. Одним из барьеров для входа на рынок также является стоимость посадки в крупном аэропорту. По данным минэкономразвития, расходы на аэропортовое обслуживание составляют около 15% всех затрат авиакомпаний. Эта статья расходов занимает третье место среди всех затрат перевозчиков после горюче-смазочных материалов и платежей за лизинг или аренду самолетов [6]. Также у новых авиакомпаний возникают проблемы, связанные не только с большими затратами на обучение и оплату труда персонала, но и с привлечением профессионалов в стартап [7].

Рынку пассажирских авиаперевозок становится присуща все большая дифференциация продукции. Несмотря на то, что авиакомпании предлагают потребителям одну и ту же услугу – перелет из одной точки страны в другую, есть существенная разница в билетах эконом- и бизнес-класса, уровне сервиса и дополнительных опциях, предоставляемых авиакомпаниями. Например, перевозка багажа, питание на борту, наличие лаунж-зон в аэропорту и онлайн-регистрации.

По данным исследования эластичность спроса на авиабилеты по цене равна примерно - 1,1, причем поездки в деловых целях менее чувствительны к цене, чем поездки в целях отдыха [8].

Значение критерия «контроль над ценами» можно установить, ссылаясь на заключение ФАСА об отсутствии влияния авиакомпаний на формирование цен. Однако

в действительности ситуация может быть иной. Напрямую из Магадана в Москву летает лишь одна авиакомпания – Россия. Соответственно она может диктовать цену ввиду отсутствия конкурентов. А из Казани в Москву летают Победа, РусЛайн, Сибирь, Уральские Авиалинии, Аэрофлот, Северный ветер и Пегас Флай. Это говорит о том, что в различных регионах России структура рынка пассажирских авиаперевозок отличается. Таким образом, возьмем среднее значение данного показателя.

Таблица 2

Информация для определения типа рыночной структуры  
в сегменте пассажирских авиаперевозок в России

Критерий классификации	Актуальное значение		Значение критерия		Тип рынка	
	Выручка	Пассажи-рооб.	Выручка	Пассажи-рооб.	Выручка	Пассажи-рооб.
Число участников	88		0,75		квазисовершенная конкуренция	
Индекс концентрации	0,55	0,66	0,5	0,75	монополистическая конкуренция	олигополия, квазимонополия
Индекс Херфиндаля-Хиршмана	784	1395	0,25	0,5	монополистическая конкуренция, квазисовершенная конкуренция	Квазимонополия
Барьеры входа-выхода	высокие		1		Олигополия / монополия	
Контроль над ценами	Цены являются базовыми для всех продавцов		0,5		монополистическая конкуренция	
Степень неопределенности (Индекс энтропии)	-172	-217	0,25	0,25	олигополия	олигополия
Степень дифференциации продукции	дифференцированная		0,75		Олигополия / квазимонополия	
Эластичность спроса по цене	среднеэластичный		0,5		монополистическая конкуренция	

Если для определения типа рыночной структуры рассматривать данные по выручке авиакомпаний, то больше всего совпадений наблюдается с монополистической конкуренцией, а если по пассажирообороту - с олигополией. Но теоретические расчеты не всегда могут совпадать с реальностью, и поэтому нужно обратить внимание на главные черты рыночных структур.

Рынок пассажирских авиаперевозок является олигополией, на это указывает несколько факторов:

- при анализе распределения долей компаний на рынке, можно отчетливо выделить группу авиакомпаний, которые являются наиболее крупными и контролируют значительную часть российского рынка;

- присутствуют явные барьеры входа в отрасль, соответственно было бы неправильным относить данный рынок к монополистической конкуренции;
- существование контроля над ценами является неоднозначным, так как в разных регионах России конъюнктура рынка отличается.

Таким образом, сравнивая два способа анализа рынка, расчеты по показателю «пассажирооборот» оказались более точными.

Любая отрасль экономики со временем изменяется и развивается, и поэтому важно понять направление ее движения. Так как рынок пассажирских авиаперевозок является зрелым, наблюдается тенденция к слияниям и поглощениям [9]. Так, в августе 2019 S7 Group объявила о слиянии «Глобус» и S7 Airlines. В начале 2020 года авиакомпания «Глобус» была полностью поглощена материнской авиакомпанией S7 Airlines, все самолёты перешли во владение S7. Также наблюдается уменьшение числа новых авиакомпаний на рынке. В 2019 году сертификат эксплуатанта получило всего две авиакомпании, занимающихся пассажирскими авиаперевозками, Вельталь-авиа и Эйр Экспресс [1].

Таким образом, рынок пассажирских авиаперевозок стремится к своему естественному состоянию, а именно, к олигополии. Это объясняется тем, что новые фирмы испытывают сложности с входом на рынок, а уже закрепившиеся на нем авиакомпании стремятся к слияниям и поглощениям, чтобы распределить постоянные затраты на многие единицы продукции (например, авиабилеты) [10].

### Литература

1. Официальный сайт Федерального Агентства воздушного транспорта. – URL: <https://m.favt.gov.ru/> (Дата обращения: 15.10.2020).
2. Интернет-ресурс «audit-it.ru». – URL: <https://www.audit-it.ru/> (Дата обращения: 14.10.2020).
3. Официальный сайт Федерального Агентства воздушного транспорта. – URL: <https://m.favt.gov.ru/dejatelnost-vozdushnye-perevozki-perevozki-passazhirov/> (Дата обращения: 15.10.2020).
4. Лешкова А.И., Верховец О.А. Методика определения типа рыночной структуры: теория и практика (на примере нефтяного рынка России) // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2013. – № 3. – С. 70–77.
5. Wagner N. How to Start an Airline Company. – URL: <https://bizfluent.com/how-5017720-start-airline-company.html> (Дата обращения: 11.10.2020).
6. Интернет-ресурс «Aviaport.ru». – URL: <https://www.aviaport.ru/digest/2016/08/17-393754.html> (Дата обращения: 12.10.2020).
7. Интернет-ресурс «wsj.com». – URL: <https://www.wsj.com/articles/> (Дата обращения: 12.10.2020).
8. Elasticity of Demand for Air Travel. – URL: <https://econfig.wordpress.com/2015/05/07/> (Дата обращения: 14.10.2020).
9. Рой Л.В. Стратегия диверсификации компаний (теоретические подходы) // Вестник Московского университета. – 2009. – № 3. – С. 6–10.
10. Scott A.W., Backus C.C. The Economics of Flying: How Competitive Are the Friendly Skies? – URL: <https://research.stlouisfed.org/> (Дата обращения: 14.10.2020).