

Перевозка туристов (пассажиров) воздушным транспортом **Р.М. Прытков, А.В. Гриценко**

В туристском продукте, особенно в той его части, которую клиент употребляет не в туристском центре, а по дороге к нему, ключевое место занимает транспорт.

Международный туризм подразумевает передвижение людей из страны в страну. При изучении его развития очень важно определить его взаимоотношения с индустрией транспорта. Успехи на генерирующих рынках туризма и адекватная транспортная инфраструктура составляют одну из важнейших предпосылок развития любого туристского центра. Со своей стороны спрос в туризме стимулировал быстрое развитие индустрии транспорта. Существенную роль в этом сыграли также научно-технические достижения в индустрии транспорта за последние десятилетия.

Туризм полностью зависит от транспорта, его безопасности, скорости и удобств, предоставляемых туристу во время его передвижения. Понимание основ взаимоотношений с транспортными компаниями, правил взаимодействия с ними в вопросах обеспечения безопасности пассажиров и их имущества, обслуживания, использования соответствующих скидок и льгот при продажах имеет важное значение, как для туристов, так и для организаторов путешествий. Развитие туризма сдерживается тем, что транспортные системы в ряде стран не соответствуют мировым стандартам по удобству, эффективности и безопасности, а транспортные проекты в части строительства новых аэропортов, автомобильных и железных дорог требуют для своей реализации огромных инвестиций и времени.

Меньше половины всех международных путешествий осуществляется по наземным дорогам, при этом роль воздушного транспорта ежегодно повышается.

На сегодняшний день авиационные путешествия в России – это массовый вид транспортных путешествий. Авиапредприятия РФ из Москвы отправляют самолеты в США, Италию, Турцию, Сирию, ОАЭ, Пакистан, Индию, Таиланд, Корею, Сингапур, Японию, Китай, Германию, Польшу, Францию, Грецию и другие государства.

В современном мире, когда путешествия людей по планете приобрели масштабный характер, существенно возросла роль воздушного транспорта как наиболее быстрого средства перемещения на большие расстояния. Особенно велико значение воздушных перевозок в реализации массового туризма. Его бурное развитие в середине прошлого века потребовало создание самолетов, отвечающих различным целям путешествий и имеющих высокий уровень комфорта. На борту воздушных судов и в аэропортах пассажирам предлагается разнообразный сервис, делающий путешествия приятными и доступными широким слоям населения.

Авиаперевозки имеют ряд особенностей по сравнению с другим транспортным обслуживанием. Это связано, прежде всего, с зависимостью

их от метеоусловий и от ландшафта местности в пунктах взлета и посадки. Кроме того, условия эксплуатации подвижного состава заставляют выносить аэропорты за пределы населенных пунктов и требуют значительного времени для подготовки пассажиров к непосредственному перелету. Тем не менее, благодаря главному преимуществу – высокой скорости доставки – авиаперевозки составляют серьезную конкуренцию наземным и водным видам транспорта.

Воздушная перевозка представляет собой транспортировку пассажиров и багажа, выполняемую авиационными предприятиями на воздушных судах за установленную плату, а также наземными транспортными средствами перевозчика.

Внутренняя воздушная перевозка – воздушная перевозка, при которой пункт отправления, пункт назначения и все пункты посадок расположены на территории одного государства.

Международная воздушная перевозка – воздушная перевозка, при которой пункт отправления и пункт назначения расположены соответственно на территории двух государств; на территории одного государства, если предусмотрен пункт (пункты) посадки на территории другого государства.

Регулирование перевозок воздушным транспортом осуществляется в соответствии с международным законодательством (если перевозка носит международный характер) или с национальным законодательством (если перевозка носит внутренний характер).

Среди мероприятий социального плана, направленных на улучшение обслуживания пассажиров, следует назвать, прежде всего, разработку льготных тарифов и скидок для молодежи, студентов, пенсионеров, семейных пар, детей и т.д. Помимо этого, многие авиакомпании к наиболее популярным праздникам (Новый год, День святого Валентина, 8 Марта, День Победы) традиционно делают своим клиентам подарки, предлагая рекламные тарифы и проводя акции по распродаже билетов. Вообще многие перевозчики во время полета делают своим клиентам презенты, правда, чаще это относится к пассажирам первого и бизнес-класса. Такой подарок может представлять собой набор из нескольких предметов, упакованных в пакет с молнией (это может быть маска для сна, одноразовый плед, надувная подушечка, носки с кожаной подошвой, бритвенный набор, шампунь, минифлакон туалетной воды, губка для обуви, зубная щетка и зубная паста и пр.). С помощью этих мелочей за время полета можно отдохнуть, выспаться, а затем привести себя в порядок. В последнее время перевозчики стали уделять большое внимание самочувствию туристов во время полета. Это связано с участвовавшими случаями ухудшения состояния здоровья на длительных маршрутах пассажиров, летящих эконом-классом. Согласно версии экспертов, длительная неподвижность в согнутом положении тела и кислородное голодание, которыми, как правило, сопровождается полет в перенасыщенном углекислым газом салоне, могут привести к образованию тромбов в нижних конечностях, что чревато самыми серьезными

последствиями. С целью исключения случаев возникновения тромбов многие авиакомпании, в том числе российские, стали выдавать пассажирам, чей полет длится более 7 часов специальные противотромбозные гольфы. Кроме того, для пассажиров эконом-класса демонстрируется видеоролик «Зарядка в кресле». Он предлагает сидящим в креслах туристам делать различные движения ногами и растяжки, чтобы не застывать надолго в одной позе. Не стоит забывать и о сервисе для маленьких пассажиров. Отечественные авиакомпании также стали применять на своих рейсах новые приемы в обслуживании пассажиров, путешествующих с детьми. Многие перевозчики на своих маршрутах обеспечивают детей специальным питанием. Для маленьких пассажиров (до 2 лет) предусмотрен отдельный лоток, где есть фруктовое и мясное пюре, сок и йогурт. Детям в возрасте от 2 до 12 лет предлагают обед, в котором больше соков, все блюда диетические и нарезанные, чтобы было удобно есть без ножа.

Не стоит забывать также о программах для часто летающих пассажиров.

В последнее время для привлечения к себе постоянных клиентов многие фирмы, торгующие различными услугами, все чаще стали использовать в своей деятельности так называемые «программы лояльности». Смысл этих программ заключается в том, что потребители услуг получают различные льготы, подарки, поощрения от фирмы, если постоянно пользуются услугами данного предприятия.

Особенно широкое распространение бонусные программы получили в начале 90-х гг. прошлого века, когда сильно обострилась конкуренция между авиаперевозчиками. Ценовая политика, направленная на понижение тарифов на авиаперевозки, давала лишь кратковременный эффект и в итоге могла привести к значительному снижению их рентабельности. Поэтому ведущие авиакомпании мира сделали основную ставку на повышение уровня обслуживания пассажиров, расширение предоставляемых услуг и стимулирование постоянных клиентов путем разработки поощрительных программ.

Главный принцип всех бонусных программ одинаков - за определенное количество налетанных километров (или миль) пассажир получает поощрительные очки, которыми впоследствии может «расплатиться» за услуги авиакомпании или ее партнеров, а также получить какие-либо дополнительные привилегии. Количество начисленных баллов зависит от класса обслуживания, маршрута полета и некоторых других специальных условий. В то же время имеются существенные различия в правилах отдельных перевозчиков при реализации таких программ.

В большинстве случаев накопление баллов производится в течение конкретного интервала времени, после чего баллы «сгорают» и их надо накапливать заново. Обычно этот интервал времени составляет 1-2 года.

Различные поощрительные программы предполагают различные варианты использования премиальных баллов. Это повышение класса обслуживания, бесплатный перелет, дисконтные карты на обслуживание в

предприятиях-партнерах, бизнес-сувениры, в некоторых случаях - культурные и туристские программы.

Как правило, все программы предусматривают несколько уровней членства - обычный и привилегированный («серебряный», «золотой», «платиновый»). Переход на каждый более высокий уровень предполагает накопление определенного количества миль-баллов на карте клиента. Клиент привилегированного уровня может получить ряд существенных преимуществ при обслуживании - возможность пользоваться бизнес-залами, пройти регистрацию в приоритетном порядке, повысить класс обслуживания, получить бесплатную ночевку в отеле или просто подарок и т.д.

Поощрительные мероприятия для часто летающих пассажиров могут распространяться не только на индивидуальных клиентов, но и на целые фирмы. Эта программа, получившая название «Вознаграждение пассажиров», позволяет людям, служащим в одной организации, коллективно зарабатывать скидки и право на бесплатную перевозку для собственной компании. При этом все сотрудники данной фирмы имеют один номер счета и должны ссылаться на эту программу при бронировании. Особенно выгодно такое предложение тем предприятиям, чья деятельность связана с частыми командировками своих сотрудников.

Некоторые авиакомпании стараются укрепить сотрудничество с турагентствами. Агент продает билеты на рейсы этих авиакомпаний, зарабатывая, таким образом, призовые баллы. Затем их можно обменять на бесплатные билеты авиакомпаний для своих сотрудников, а также на товары народного потребления - утюг, телевизор, персональный компьютер, мобильный телефон с подключением и т.д.

Новым импульсом в развитии бонусных программ стало заключение партнерских соглашений между авиаперевозчиками и другими предприятиями обслуживания туристов - гостиничными цепями, фирмами по прокату автомобилей, железными дорогами, банками и т.д. При этом «бесплатные мили» (и соответствующее им количество баллов) можно заработать, приобретая услуги конкретных фирм.

Внедрение стимулирующих программ для часто летающих пассажиров с технической точки зрения требует существенных материальных затрат. Это связано с тем, что авиаперевозчики должны создавать в своих системах бронирования достаточно мощные хранилища данных, учитывающих всех участников бонуса; порядок начисления баллов; дополнительные преимущества на разных привилегированных уровнях; ограничения при начислении баллов и т.д. Но если ФГУП «Оренбургские авиалинии» решится на этот шаг, то было бы неплохо использовать опыт «Аэрофлота» в этой области.

Для участия в программе необходимо заполнить заявление и направить его в центр «Аэрофлот-Бонус», где после его обработки участнику присваивается индивидуальный номер с выпуском членской карточки, персональный идентификационный номер (ПИН), открывается персональный счет и высылается рекламно-информационный набор участника.

Став участником программы, клиент получает возможность:

- получить как минимум 500 баллов за каждый полет с компанией «Аэрофлот»;
- использовать набранные баллы для повышения класса обслуживания;
- быстрее набирать баллы, путешествуя в бизнес- и первом классах;
- совершить бесплатный полет вместе с семьей;
- регулярно получать информацию о новостях и предложениях «Аэрофлота»;
- пользоваться услугами центра «Аэрофлот-Бонус», которые предоставляются участникам программы.

Общее количество баллов, начисляемых на счет клиента, складывается из основных и дополнительных. Основные баллы начисляются за полеты, оплаченные по тарифам первого, бизнес- и эконом-класса. При этом за полет на расстояние менее 500 км. начисляется 500 баллов, за полеты большей протяженностью - в соответствии с реальным расстоянием из расчета 1 балл за 1 км. полета. Дополнительные баллы начисляются в зависимости от класса обслуживания и прибавляются к основному количеству баллов из расчета: 100% за полет в бизнес-классе и 200% за полет в первом классе.

Если участник набирает 30000 баллов, он получает бесплатный билет в один из городов европейской части России; если набирает 50000 баллов - бесплатный авиабилет в Европу; более 70000 баллов - бесплатный билет в Северную Америку или Азию.

При достижении определенного количества основных баллов в течение одного года участник программы получает возможность перейти на элитный «серебряный» (75000 баллов) или «золотой» (150000 баллов) уровень. Владельцы элитных карточек получают дополнительные привилегии и услуги: приоритет при регистрации, приглашение в зал ожидания 1-го класса, возможность бесплатного провоза дополнительного багажа (10 или 20 кг.), а также специальные элитные сертификаты на повышение класса обслуживания.

Премией в программе «Аэрофлот-Бонус» являются бесплатный авиабилет, повышение класса обслуживания на регулярных рейсах авиакомпании «Аэрофлот», а также услуги, предоставляемые партнерами программы. При достижении необходимого количества баллов участнику программы (по его запросу) оформляется «Премиальный Сертификат», который может быть обменен на бесплатный авиабилет, повышение класса обслуживания или товар (услугу) партнера программы. «Премиальный Сертификат» действителен в течение 1 года с момента его выписки. Получить его можно в одном из офисов Центра «Аэрофлот-Бонус» в Москве, представительстве «Аэрофлота» или по почте. О том, насколько популярна среди пассажиров программа «Аэрофлот-Бонус» можно судить по тому, что уже в 2001 г. в авиакомпании был зарегистрирован стотысячный участник программы.

Авиакомпания «Сибирь» разработала бонусную программу, действующую на всех регулярных рейсах перевозчика в пределах

Российской Федерации и стран СНГ. Баллы начисляются только за участки пролета в авиабилетах, приобретенных по тарифам «Бизнес-класс» (С), «Годовой» (Y1) и «Экскурсионный» (МЕЕЗМ). При этом за пролет по тарифу «Бизнес-класс» начисляется 1,5 балла, а по тарифу «Эконом-класса» - 1 балл. Действительными для получения бонуса являются только баллы, набранные в течение 2 календарных лет со дня последнего зачисления, независимо от общего количества баллов, набранного участником за время участия в программе. При наборе 11 баллов участник программы может получить бонусный билет на полет эконом-классом в одну сторону на одном участке регулярного рейса авиакомпании «Сибирь» в пределах Российской Федерации и стран СНГ. При наборе 16,5 балла такой полет по бесплатному билету можно осуществлять в бизнес-классе.

Авиакомпания «Самара» начала осуществлять необычный эксперимент по поощрению часто летающих пассажиров, аналогов которого не существует во всем мире. Перевозчик предлагает своим клиентам приобретать не билеты, а сертификат на полетное время. Этот документ дает право любому юридическому или физическому лицу летать 50 часов на любых рейсах авиакомпании в течение года. Достоинство такого сертификата состоит в том, что он позволяет сэкономить 10% стоимости авиаперевозок. Дело в том, что норма оплаты одного полетного часа составляет 60\$ США, 50 летных часов стоят 3000\$ США, а полетный сертификат предлагается продавать за 2700\$ США. Сертификат является документом на предъявителя, его можно обменять, продать, подарить и т.д.

При предъявлении сертификата авиакомпания обязана выдать билеты на свои рейсы (разумеется, при наличии мест) на сумму, не превышающую 2700\$ США. Пассажир при этом не платит наличными, а кассир по таблице полетного времени, прилагаемой к каждому сертификату, рассчитывает время, которое списывается. Затем пассажиру выписывается билет. Полетный сертификат застрахован, поэтому при возникновении страхового случая пассажир может вернуть свои деньги. Следует, однако, помнить, что срок действия такого документа - 1 год, и если в течение года полетное время не использовано, то оно «сгорает».

Полетный сертификат достаточно выгоден туристским фирмам: помимо 7% комиссионных, которые они получают, реализуя билеты «Самары», они могут получить еще 10%-ную экономию. За один полетный сертификат агентство может, например, приобрести 20 билетов до Москвы и обратно. Если же остаются полетные часы, то «Самара» возвращает остаток средств владельцу данного сертификата. Следует отметить, что некоторые коммерческие структуры, проявившие интерес к необычному проездному документу, предлагают авиакомпании заключать бартер по обмену компьютеров и оргтехники на полетный сертификат.

Таким образом, следует отметить, что участие в поощрительных программах имеет смысл только тогда, когда пассажир действительно часто летает; в противном случае приобретение бонусной карточки никаких выгод туристу не приносит.