

НИЗКОБЮДЖЕТНАЯ АВИАКОМПАНИЯ RYANAIR: ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Ryanair — один из первых низкобюджетных перевозчиков в европейском макрорегионе, который начал свою деятельность в 1985 г. и осуществил свой первый полет на 15-местном самолете из г. Уотерфорд (Ирландия) в г. Лондон (Великобритания). В 1985 г. в авиакомпании работал 51 человек, а за год было перевезено 5 тыс. пассажиров. По состоянию на июнь 2024 г. в компании насчитывалось 594 самолета; пассажиропоток составил 18,3 млн (октябрь 2024 г.); в штате более 27 тыс. сотрудников. Чистая прибыль в 2021 г. — 1,015 млрд евро, в 2023 г. — 1,31 млрд евро (+29 %) [1].

Перечисленные выше показатели являются результатом планомерного развития низкобюджетной авиакомпании: наличие в парке авиакомпании самолетов одного типа — Boeing, что существенно сокращает расходы на техническое обслуживание и обучение; эксплуатация новых самолетов, обслуживание которых осуществляется по гарантии; компоновка всех воздушных судов в одном экономическом классе; дистрибуция авиабилетов через онлайн-сервисы — сайт авиакомпании, что также сокращает расходы на выплаты комиссии агентам по продаже; сокращение обслуживающего персонала в аэропортах: онлайн-регистрация, выход на посадку / в терминал, как правило, осуществляется без помощи транспортных средств; использование второстепенных и региональных аэропортов, стоимость обслуживания в которых значительно ниже основных транспортных хабов; отсутствие сервиса на борту либо за дополнительную плату.

Кроме того, ряд коммерческих решений также позволил авиакомпании занимать лидирующие позиции на рынке авиаперевозок. В 2015 г. с целью усиления своего присутствия на европейском рынке Ryanair создала дочернюю авиакомпанию в Польше — Ryanair Sun, которая в дальнейшем была переименована в Buzz. Второй дочерней компанией Ryanair стала авиакомпания Ryanair UK, базирующаяся в Великобритании, которая начала свою деятельность в декабре 2018 г. В этом же году авиакомпания приобрела австрийскую low-cost-авиакомпанию Laudamotion, расширив таким образом свое присутствие на рынке Австрии. Следующим этапом в развитии Ryanair стала покупка доли в недавно созданной правительством о. Мальты авиакомпании Malta Air. Следствием данного слияния стал не только доступ к испанским островам, но и расширенное предложение по всей Европе [1].

Таким образом, в настоящее время авиакомпания Ryanair представляет собой группу из пяти авиакомпаний. За время своего функ-

ционирования на протяжении трех десятков лет авиакомпания Ryanair открыла рейсы более чем по 250 направлениям в 37 стран. Благодаря оптимальному расписанию, минимальной стоянке в аэропорту назначения, расширенному присутствию по всей Европе авиакомпании удается выполнять более 3,6 тыс. рейсов в день. Диверсифицированное предложение Ryanair делает ее одним из лидеров отрасли низкобюджетных перевозок [1].

Стоит также принимать во внимание географическое положение стран континентальной Европы и регистрацию дочерних авиакомпаний, что, безусловно, способствует развитию авиаперевозок Ryanair: небольшие расстояния, преодолеть которые можно в течение одного-двух часов, позволяют пассажирам планировать бизнес-поездки «одного дня». Все эти факты демонстрируют заинтересованность в существовании подобного рода авиаперевозчика.

Источник

1. Ryanair 2023. Annual Report 2023 // Ryanair. — URL: <https://investor.ryanair.com/wp-content/uploads/2023/07/Ryanair-2023-Annual-Report.pdf> (date of access: 15.11.2024).

В. П. Пархимович
БГУФК (Минск)

Научный руководитель — А. А. Варвашеня, канд. экон. наук

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА СПОРТИВНЫЕ ТУРЫ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Спортивные события играют значительную роль в развитии современного событийного туризма, представляя собой одну из важных составляющих данной отрасли. Сегодня большую долю спортивного туристического потока составляют болельщики. Так, по данным Международной федерации футбола, матчи чемпионата мира по футболу 2022 г., прошедшего в Катаре, посетили более 3,4 млн болельщиков. Например, чемпионат мира по футболу в России 2018 г. посетили 3 млн болельщиков. В связи с этим анализ спроса является основой для создания успешного туристического предложения.

Формирование туристических предложений на основе анализа спроса представляет собой динамичный и многогранный процесс, который требует от организаторов гибкости, креативности и глубокого понимания потребительского рынка.

Для участия в опросе была выбрана студенческая аудитория. Данная аудитория является динамичной, постоянно интересуется новыми тенденциями и услугами и наиболее доступна для опроса, так