

## «ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ У НАС СЕЙЧАС КАК В США НАЧАЛА 2000-Х»

За несколько лет под руководством ПЕТРА КУТИСА сервис AnyWayAnyDay выбил в лидеры продаж электронных авиабилетов. Но затем господин Кутис разошелся во взглядах на дальнейшее развитие сервиса с руководством и покинул компанию. О своем новом проекте OneTwoTrip, заявленном как самый удобный способ покупать билеты в сети, он и поговорил с корреспондентом ВГ СВЕТЛАННОЙ РАГИМОВОЙ.



**BUSINESS GUIDE:** В чем отличие вашего нового проекта от AnyWayAnyDay? Как вообще формировался рынок продаж электронных билетов?

**ПЕТР КУТИС:** Эти сервисы начали полноценно развиваться лишь в конце 2008 года, когда большинство авиакомпаний стало продавать электронные билеты и стало понятно, что на этом можно зарабатывать. Заказывать билеты через интернет можно было и раньше, но приходилось получать билет в кассе. Тогда и возник AnyWayAnyDay. Мы совершили прорыв, в том числе и в интерфейсе. Например, мы исходили из того, что человек уже знает, куда хочет полететь, и ему нужно выбрать только дату и билет. В нашем новом проекте OneTwoTrip мы пошли дальше и не только предлагаем даты, но и делаем поиск рейсов более удобным. Например, чтобы посмотреть, когда еще летают прямые рейсы на Мале, на других сервисах придется перебрать вручную всю неделю, у нас же это делается одним кликом. Мы выявляем такие скрытые потребности и предоставляем пользователям соответствующий функци-

онал. К примеру, показываем статистику опозданий и отмен по каждому рейсу, рейтинг авиакомпании, расстояние между креслами и т. д.

То, что сейчас происходит у нас в области онлайн-продаж, имело место в США в начале 2000-х годов. При этом в Америке гораздо легче относиться к использованию банковских карт для покупок в интернете. У нас все сложнее — я сам знаю соотечественников на серьезных позициях в крупных технологических компаниях, которые до сих пор опасаются использовать карты для платежей в сети. Этот момент мы также учли при создании OneTwoTrip: платеж, который пользователь совершает на нашем сайте, в 90% случаев идет напрямую в авиакомпанию. Без каких-либо посредников или шлюзов. Надеюсь, это повысит уровень доверия к сервису. Мы используем для этого такое же решение, которое применяют в Альфа-банке.

**ВГ:** А почему вы покинули AWAD?

**П. К.:** Сервис нацелился на рынок B2B — для субагентов, которые продают билеты частникам. На мой взгляд, этот сектор в России сегодня очень сложный в плане выстраивания отношений и малоприбыльный по сравнению с B2C. В этом мы разошлись с мажоритарным акционером.

**ВГ:** И все же зачастую дешевле покупать билеты на сайтах авиакомпаний, поскольку на сервисах, аналогичных вашему, цена оказывается выше.

**П. К.:** Именно поэтому OneTwoTrip предлагает лучшие цены среди аналогичных сервисов. Каждый день мы проводим анализ, и если находим более выгодные предложения у конкурентов, то наши специалисты вручную осуществляют попытку приобрести этот более дешевый билет. Как прави-

ло, оказывается, что его попросту нет в продаже или цена была указана заведомо заниженная.

Кроме того, мы стараемся объяснить, почему разные авиакомпании предлагают на одно и то же направление билеты по разной цене. Казалось бы, направление одинаковое, тип самолета тот же. Мы показываем, стоит ли экономить 2–3 тыс. на билете, но с вероятностью 10% попасть на отмену рейса или с вероятностью 20% — на его задержку. Также мы наглядно демонстрируем время, выделенное на пересадку, если рейс не прямой. Допустим, если нужно сменить самолет за минимально разрешенное для этого время в 40 минут, а при этом данный конкретный рейс в 20% случаев задерживается, то стоит ли рисковать?

Также мы демонстрируем, стоит ли покупать более дорогой билет, но с более «удобными» креслами. Недавно мой партнер отказался переплачивать за бизнес-класс, поскольку расстояние между креслами в этом салоне оказалось таким же, как в экономе, что не оправдывает гораздо более высокую стоимость билета.

В целом мы предлагаем билеты реально дешевле, чем у всех, а зачастую даже дешевле, чем в авиакомпаниях. Авиакомпания предоставляют продавцам комиссию, на которой мы играем. Кроме того, существуют приватные тарифы, которые авиакомпании обычно не предлагают на своем сайте. С каждой авиакомпанией ситуация отдельная.

**ВГ:** Где вы берете информацию о задержках рейсов?

**П. К.:** Тут есть множество внешних источников — статистика аэропортов, авиакомпаний и проч. Есть источники, которые мы не можем раскрывать. Но это не выдуман-

ные данные, а реальные сведения: возраст борта, статистика опоздания и отмен по каждому направлению каждой авиакомпании усреднены, но совершенно правдивы. Данный коэффициент учитывается за каждые последние три месяца. Эти данные включают в себя и человеческий фактор. Например, если посмотреть на рейсы в Сочи, то оказывается, что у «Аэрофлота» задержки рейсов случаются реже, чем у S7, а разница между временем отправления в полчас.

**ВГ:** Вы говорите, что OneTwoTrip на голову выше аналогов в технологическом плане. А какая разница? Она ведь на сторонний взгляд мало заметна.

**П. К.:** OneTwoTrip собран совершенно на других технологиях, нежели AWAD. Два-три года назад их попросту еще не существовало. Например, NodeJS, основанный на движке V8 от Google, — это JavaScriptовые приложения на стороне сервера, которые позволяют существенно экономить время обработки информации и увеличить скорость ответа на запрос. Когда человек делает запрос «Москва—Лондон», от нас несколько десятков запросов отправляется во внешние системы. Сегодня за считанные минуты мы можем масштабировать систему при увеличении потока обращений к сервису. Также мы принципиально не используем «тяжелые» базы данных MS SQL, Oracle и другие — работаем на базах данных NoSQL, которые обеспечивают высокую скорость реакции и надежность. Система разделена на две составные части — сервера приложений и сервера баз данных. К сожалению, используя «облачные» площадки вроде Amazon EC2, невозможно контролировать или задавать лимиты на процессы чтения

и записи на жесткий диск, в связи с чем было принято решение о создании своей хостинг-площадки, на которой базируются наши сервера баз данных. Система устроена так, что если вылетит даже несколько серверов, пользователи этого не заметят.

**ВГ:** Как распределились доли в проекте?

**П. К.:** У меня мажоритарный пакет, еще есть доля у моего партнера Ованеса Погосьяна, а также у третьего акционера, о котором мы пока не будем говорить. Его задачи — финансовое управление компанией. Ованес отвечает за маркетинг, продвижение сервиса. В частности, мы будем использовать для этого его площадку MainPeople.com.

**ВГ:** Не могу не спросить: сколько вы на OneTwoTrip потратили?

**П. К.:** Скажем так, не одну сотню тысяч долларов и даже не две, но меньше миллиона. Это наши с Ованесом личные средства, никаких внешних инвесторов у нас нет.

**ВГ:** Как скоро планируется выход на рентабельность?

**П. К.:** Норма прибыльности при продаже авиабилетов будет составлять примерно 4%. Предполагается, что будут также и другие сервисы, некоторым из них пока нет аналогов, в том числе на Западе. Например, мы хотим создать платную услугу отслеживания реального тренда на стоимость билетов, а не просто базироваться на статистике поисковых запросов. Если билеты раскупаются на рейс плохо и приближается дата вылета, то есть вероятность, что авиакомпания понизит их стоимость. Всех подробностей пока раскрывать не буду. В этом году мы запустим также продажу железнодорожных билетов... В общем, затраты планируется окупить уже за год.

авиабилетов реализуется онлайн: «То, что мы видим сегодня в России, — естественный этап развития рынка. Мы думаем, что в ближайшее время этот показатель достигнет 10%. С увеличением рынка вырастет и уровень конкуренции — в Великобритании, например, на развитом рынке борьба за клиента между авиакомпаниями и профильными агентствами ведется с использованием самых разных видов продвижения, причем не самых дешевых». Российские сервисы по поиску и продаже билетов пока соревнуются по одному параметру — стоимости предложения. Эксперты сходятся во мнении, что в большинстве случаев пользователи интересуются самыми дешевыми билетами. «Цена как критерий выбора места покупки стоит на первом или втором месте, — рассказывает Алексей Тимонин. — Другое дело, что опытные покупатели начинают принимать во внимание и сервисный компонент: сколько способов оплаты существует, в течение какого времени можно оплатить забронированный заказ, как быстро делается возврат или обмен билетов». С ним соглашается Татьяна Ефремова: «Россия, к сожалению, еще не на первом месте по доходам на душу населения, поэтому для большинства россиян главным остается стоимость авиабилета».

У каждого сервиса — разные способы достижения минимальной стоимости билетов. Алексей Тимонин рассказывает: «Нам приходится балансировать на размере комиссии, которую нам платят некоторые авиакомпании за привод клиента, или договариваться о продаже через

наш сайт билетов по специальным сниженным тарифам». Свое ноу-хау есть и у ScyScanner: по словам Дмитрия Коновалова, вся информация о билетах принадлежит не авиакомпаниям, а специальным дистрибутивным системам. Когда клиент делает через сайт авиакомпании запрос, ей приходится платить за доступ к этой системе несколько центов. Однако ScyScanner «запоминает» цены, что позволяет сэкономить на обращении к дистрибутивным системам.

Низкие цены на авиабилеты обещает и OneTwoTrip — новый проект Петра Кутиса, бывшего руководителя AnyWayAnyDay. «Обычно авиакомпании предоставляют продавцам билетов комиссию, размером которой мы и будем играть, — объясняет господин Кутис. — Кроме того, у некоторых авиакомпаний существуют приватные тарифы, скрытые от посторонних глаз. К примеру, лоукостер AirBerlin на каждый билет, купленный на их сайте, накидывает €10. В случае покупки этого же билета на OneTwoTrip эти €10 можно сэкономить. Сумма вроде бы небольшая, но она оказывается существенной, если билеты покупает компания или просто группа людей».

В конце апреля на рынке появится еще один игрок — бюджетный онлайн-дискаунтер BravoAvia, специализирующийся на билетах бюджетных авиалиний. Соинвесторами проекта выступили международная туристическая компания Bravofly Group и украинский венчурный фонд TA Venture. Нет сомнений в том, что новый сервис также найдет своего пользователя. ■

**В ЦЕЛОМ МЫ ПРЕДЛАГАЕМ БИЛЕТЫ РЕАЛЬНО ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ У ВСЕХ, А ЗАЧАСТУЮ ДАЖЕ ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ В АВИАКОМПАНИЯХ. ОНИ ПРЕДОСТАВЛЯЮТ ПРОДАВЦАМ КОМИССИЮ, НА КОТОРОЙ МЫ ИГРАЕМ. СУЩЕСТВУЮТ И ПРИВАТНЫЕ ТАРИФЫ, КОТОРЫЕ АВИАКОМПАНИИ ОБЫЧНО НЕ ПРЕДЛАГАЮТ НА СВОЕМ САЙТЕ**

↑  
**КОНКУРЕНТЫ**



## Умножение возможностей

Лизинг грузового и легкового автотранспорта, техники и оборудования



**Москва**  
(495) 721 99 80

**Санкт-Петербург**  
(812) 718 68 28

**Новосибирск**  
(383) 210 59 14

**Екатеринбург**  
(343) 378 47 17

**Самара**  
(846) 267 38 79

**Краснодар**  
(861) 210 99 24

**Нижний Новгород**  
(831) 296 95 06

[www.rlr.ru](http://www.rlr.ru)  
[info-rlr@raiffeisen.ru](mailto:info-rlr@raiffeisen.ru)

ООО «Райффайзен-Лизинг».  
На правах рекламы.

**Райффайзен. Разница в отношении**