

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ВЫПУСКНОЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ РАБОТЫ НА ТЕМУ:



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ
(на примере АО Авиакомпания «РусЛайн»)

Выполнила: слушатель Плешкова Т. О.

Руководитель: к.э.н., доц. Гончарова И.В

Воронеж 2023



ЦЕЛЬ: РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ МАРКЕТИНГУ (АО АВИАКОМПАНИИ «РУСЛАЙН»)

ЗАДАЧИ:

- разработать основы формирования стратегии ;
- провести анализ рынка и перспектив развития пассажирских авиаперевозок;
- разработать рекомендации по формированию стратегических направлений развития маркетинговой деятельности ;
- разработать показатели для оценки и контроля эффективности маркетингового проекта

Объект исследования: деятельность ОА Авиакомпания «РусЛайн» на рынке авиауслуг.





АВИАКОМПАНИЯ «РУСЛАЙН» СЕГОДНЯ

 **20 000**

Около 20 000 рейсов в год,
из них порядка 500
– чартерные

 **ХАБ**

Хабы во Внуково (Москва),
Пулково (Санкт-Петербург),
Кольцово (Екатеринбург)

 **40**

Более 40 направлений
полётов по России, в том числе
20 монопольных региональных
маршрутов

 **20**

Более 20 стран мира
связывают рейсы «РусЛайн»
и авиакомпаний-партнёров



ГРУППА КОМПАНИЙ



Авиакомпания «Руслайн»

Пассажирыские
регулярные
и чартерные
перевозки



«Руслайн Техникс»

Линейное
обслуживание,
поддержание летной
годности ВС в России



Компания «ФАСТ Эйр»

Поставка запасных
частей



«Airline Support Baltic»

Базовые формы
обслуживания
самолетов.
Расположена
в Риге



Авиакомпания «Сириус Аэро»

Крупнейший российский
коммерческий оператор
бизнес-авиации. Ключевые
направления деятельности
– чартерные авиаперелеты
VIP-класса, менеджмент
воздушных судов



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ	2021	2022	2023(ПЛАН)
Количество выполненных рейсов, шт	19031	18878	19821
Налет, часов	25551	27848	27088
Перевезено пассажиров, чел	666 085	651 291	782 929
Процент занятости кресел	70%	69%	79%





SWOT-АНАЛИЗ АК «РУСЛАЙН»



ВОЗМОЖНОСТИ (O):

1. Гос. Программа развития региональных маршрутов;
- 2. Тенденция к консолидации отрасли;**
3. Рост спроса на туристическом рынке.
4. Проведение крупных мероприятий в регионах
5. Регулирование и финансирование со стороны государства деятельности аэропортов



УГРОЗЫ (T):

1. Рост цен на АвиаГСМ;
2. Рост курса иностранных валют;
3. Снижение платёжеспособности населения;
4. Нестабильная геополитическая ситуация;
5. Появление новых низкобюджетных авиакомпаний



SWOT-АНАЛИЗ АК «РУСЛАЙН»



СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S):

1. Широкая региональная маршрутная сеть с "мини-хабами"
2. Использование бизнес-модели гибридного авиаперевозчика (лоу-кост тарифы)
3. Сотрудничество с авиакомпаниями по код-шеринговому соглашению
4. Членство в международных авиаорганизациях
5. Использование современных технологий продаж и тех. обслуживания пассажиров



СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W):

1. Низкая доля чартерных перевозок
2. Низкий показатель занятости кресел
3. Преобладание в парке ВС с низкой топливной эффективностью по причине устаревшего парка ВС
4. Высокая себестоимость места/кресла
5. Отсутствие членства в международных альянсах



МАТРИЦА ТОМПСОНА И СТРИКЛАНДА, ПРИМЕНЕННАЯ К АО АК «РУСЛАЙН»

		БЫСТРЫЙ РОСТ РЫНКА			
СЛАБАЯ КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ	II КВАДРАТ 1. Пересмотр стратегий концентрации 2. ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ИЛИ СЛИЯНИЕ 3. Сокращение 4. Ликвидация	I КВАДРАТ 1. Концентрированный рост 2. Вертикальная интеграция 3. Центрированная диверсификация	СИЛЬНАЯ КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ		
	III КВАДРАТ 1. Сокращение расходов 2. Диверсификация 3. Сокращение 4. Ликвидация	IV КВАДРАТ 1. Центрированная диверсификация 2. Конгломеративная диверсификация 3. Совместное предприятие в новой области			
		МЕДЛЕННЫЙ РОСТ РЫНКА			



СОТРУДНИЧЕСТВО С АВИАКОМПАНИЕЙ «ЮТЭЙР»



Utair

📍 > 50

В рамках интерлайн-соглашения и код-шеринга с авиакомпанией Utair пассажирам авиакомпании «РусЛайн» доступны более 50 новых направлений полётов по России, СНГ, Восточной Азии

- + Удобные стыковки в аэропорту **Внуково (Москва)**
- + **Единый билет** на все сегменты полёта
- + **Сквозная регистрация багажа** до конечного пункта назначения
- + **Специальные** трансферные тарифы
- + В продаже на сайте **rusline.aero** и в онлайн трэвел-агентствах



СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КАРТА АВИАКОМПАНИИ

КЛИЕНТЫ

ПОКАЗАТЕЛЬ	ДЕЙСТВУЮЩЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	ЦЕЛЕВОЕ ЗНАЧЕНИЕ	ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ/ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ
Доля занятости пассажирских кресел, %	69	79	Создание «мини-хабов»; маркетинговые мероприятия/департамент сети маршрутов
Доля трансферных пассажиров на рейсе,%	15	30	Формирование сквозных тарифов; единые стандарты обслуживания; участие в соглашениях М2/ технологический отдел
Доля продаж на сайте авиакомпании,%	70	85	Дополнительные способы оплаты, удобный интерфейс, отсутствие сервисных сборов на сайте, оптим. Работы модуля бронирования/департамент продаж.
Количество каналов продаж, шт	4	6	Заключить договор с GDS (Travelport, TravelSky)/департамент продаж
Индекс лояльности NPS.%	5	25	Повышение уровня сервиса, информационная поддержка, повышение эффективности работы представителя в аэропорту/производств. деп.
Индекс удовлетворённости, %	30	60	Разработка программы лояльности единой с компаниями-партнерами/реклама и PR



СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КАРТА АВИАКОМПАНИИ

БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ

ПОКАЗАТЕЛЬ	ДЕЙСТВУЮЩЕ Е ЗНАЧЕНИЕ	ЦЕЛЕВОЕ ЗНАЧЕНИЕ	ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ/ ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ
Минимальное стыковочное время ВВЛ+ВВЛ, мин.	90	30	Сократить время наземного обслуживания рейса в аэропорту стыковки/группа наземного обеспечения полетов
Безбумажный документооборот,%	70	90	Внедрение упрощенной системы взаиморасчетов между авиакомпаниями/отдел взаиморасчетов
Доля выручки от продажи доп. услуг,%	5	10	Расширить перечень предлагаемых услуг и повысить качество сервиса/департамент продаж
Показатель регулярности полетов,%	72	87	Эффективная схема технического обслуживания ВС/Инженерно-авиационная служба



ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

ПОКАЗАТЕЛЬ	ДЕЙСТВУЮЩЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	ЦЕЛЕВОЕ ЗНАЧЕНИЕ	ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ/ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ
Доля занятости пассажирских кресел, %	69	79	Создание «мини-хабов»; маркетинговые мероприятия/департамент сети маршрутов
Доля трансферных пассажиров на рейсе,%	15	30	Формирование сквозных тарифов; единые стандарты обслуживания; участие в соглашениях М2/ технологический отдел
Доля продаж на сайте авиакомпании,%	70	85	Дополнительные способы оплаты, удобный интерфейс, отсутствие сервисных сборов на сайте, оптим. работы модуля /деп. продаж
Доля выручки от продаж доп. услуг, %	5	15	Запуск развлечений на борту (wifi доступ, продажа сувенирной продукции, продукции партнеров)/ком. департамен
Индекс лояльности NPS.%	5	25	Повышение уровня сервиса, информационная поддержка, повышение эффективности работы представителя в аэропорту/производств. деп.
Индекс удовлетворённости, %	30	60	Разработка программы лояльности единой с компаниями-партнерами/реклама и PR



ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

ПОКАЗАТЕЛЬ	ДЕЙСТВУЮЩЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	ЦЕЛЕВОЕ ЗНАЧЕНИЕ	ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ/ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ
Доля рынка, %	0,49	0,54	Создание «мини-хабов»; маркетинговые мероприятия/департамент сети маршрутов
Доля занятости пас кресел,%	69	79	Партнерские программы с другими авиакомпаниями, «Код-шер с Utair »
Сокращение времени ожидания на линии, звонок в КЦ, мин	5	1	Использование ИИ, чат-боты, обновление скриптов для сотрудников
Количество каналов продаж, шт	4	6	Прямые агентские договоры, NDC /департамент продаж
Повышение узнаваемости Бренда, Индекс лояльности, %	5	25	Участие в соц. значимых мероприятиях. «Корпоративная ответственность". Инвестиции в науч. обр. проекты. Поддержка фондов
Сокращение ФОТ, %	100	95	Оценка возм. запуска ИИ в работе отделов. Улучшение мотивац. программы,



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

