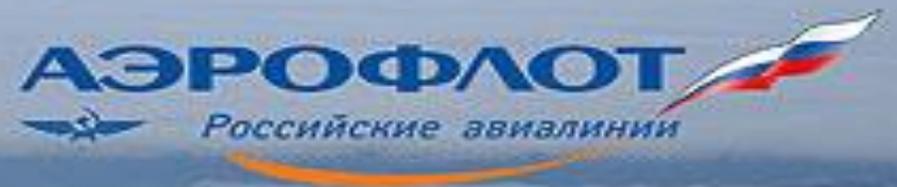


ПАО "Аэрофлот"



Выполнили студенты 2 курса ИЭиФ ММ2-3:
Аветисян Светлана;
Варанкина Софья;
Евдокимова Анастасия.

Москва, 2016



ПАО «АЭРОФЛОТ»

Аэрофлот является бесспорным лидером гражданской авиации России, фактическим национальным перевозчиком.

Генеральный директор авиакомпании с 10 апреля 2009 года — Виталий- Савельев.

***Представительство: По всему миру**

***Бизнес: Авиаперевозки**

***Место в отрасли: Лидирующее**

***Доля рынка: 26% (38%)**

***Чистые активы: * 51,7 млрд. руб.**

***Чистая прибыль: *4,9 млрд. руб.**

***В России авиакомпания имеет 4 филиала: в Санкт-Петербурге, Калининграде, Перми и Владивостоке. Приоритетное значение придает развитию внутреннего рынка, присутствию в Сибири и на Дальнем Востоке.**

***Штабквартир: Москва, Арбат.**



КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ГОДА

российского рынка занимает Группа «Аэрофлот» по пассажиропотоку без учета иностранных авиакомпаний



пассажиры перевезли авиакомпании Группы «Аэрофлот»



Аэрофлот входит в топ-5 европейских авиакомпаний по пассажирообороту и темпам его роста по версии Airline Business



пассажиро-километров — пассажирооборот Группы «Аэрофлот»



средний возраст парка воздушных судов авиакомпании «Аэрофлот»



авиакомпания «Аэрофлот» — лучшая авиакомпания Восточной Европы по версии международной премии Skytrax World Airline Awards



рублей — выручка Группы «Аэрофлот» за год



воздушное судно насчитывал парк Группы «Аэрофлот» по состоянию на конец 2014 года



авиакомпания «Аэрофлот» — генеральный партнер XXII зимних Олимпийских и XI зимних Паралимпийских игр 2014 года в городе Сочи в категории «Пассажирские авиаперевозки»



авиакомпания «Аэрофлот» — самая пунктуальная авиакомпания в мире по данным американского статистического агентства FlightStats за май, ноябрь 2014 года



количество регулярных направлений Группы «Аэрофлот»



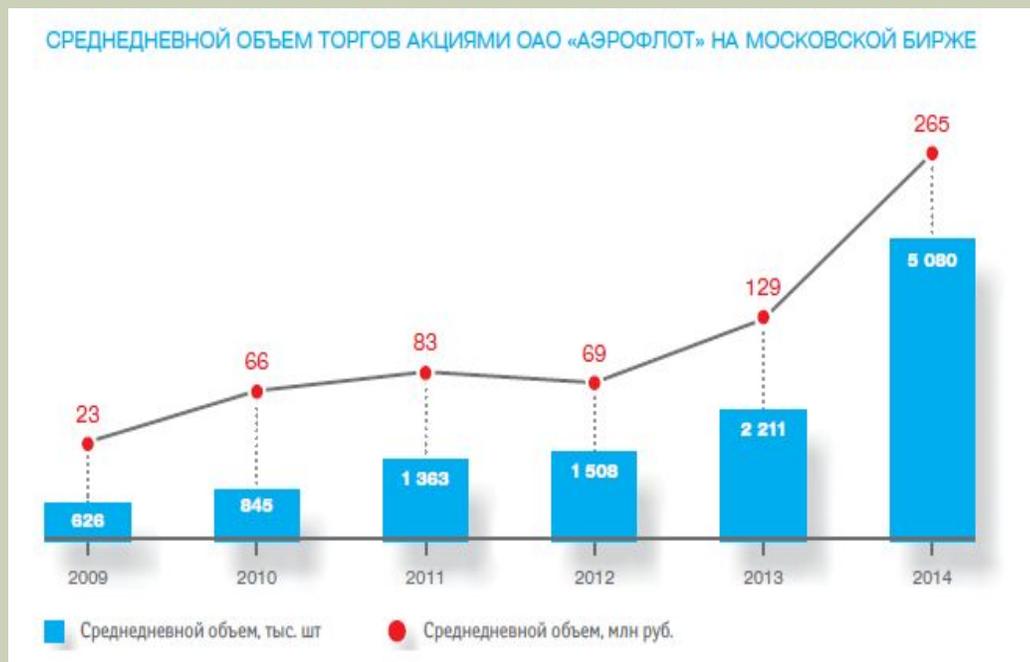
пассажиры перевезла авиакомпания «Аэрофлот»

• Акционеры:

Уставный капитал ОАО «Аэрофлот» по состоянию на 31 декабря 2014 года составлял 1 110 616 299 руб. Уставный капитал состоит из 1 110 616 299 обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 1 руб. каждая. Привилегированные акции Компанией не размещались.

Общее количество лиц, зарегистрированных в реестре акционеров ОАО «Аэрофлот» на 31 декабря 2014 года, составило 10 563, в том числе юридические лица — 22, физические лица — 10 540 (на 31 декабря 2013 года составляло 10 686, в том числе юридические лица — 26, физические лица — 10 660).

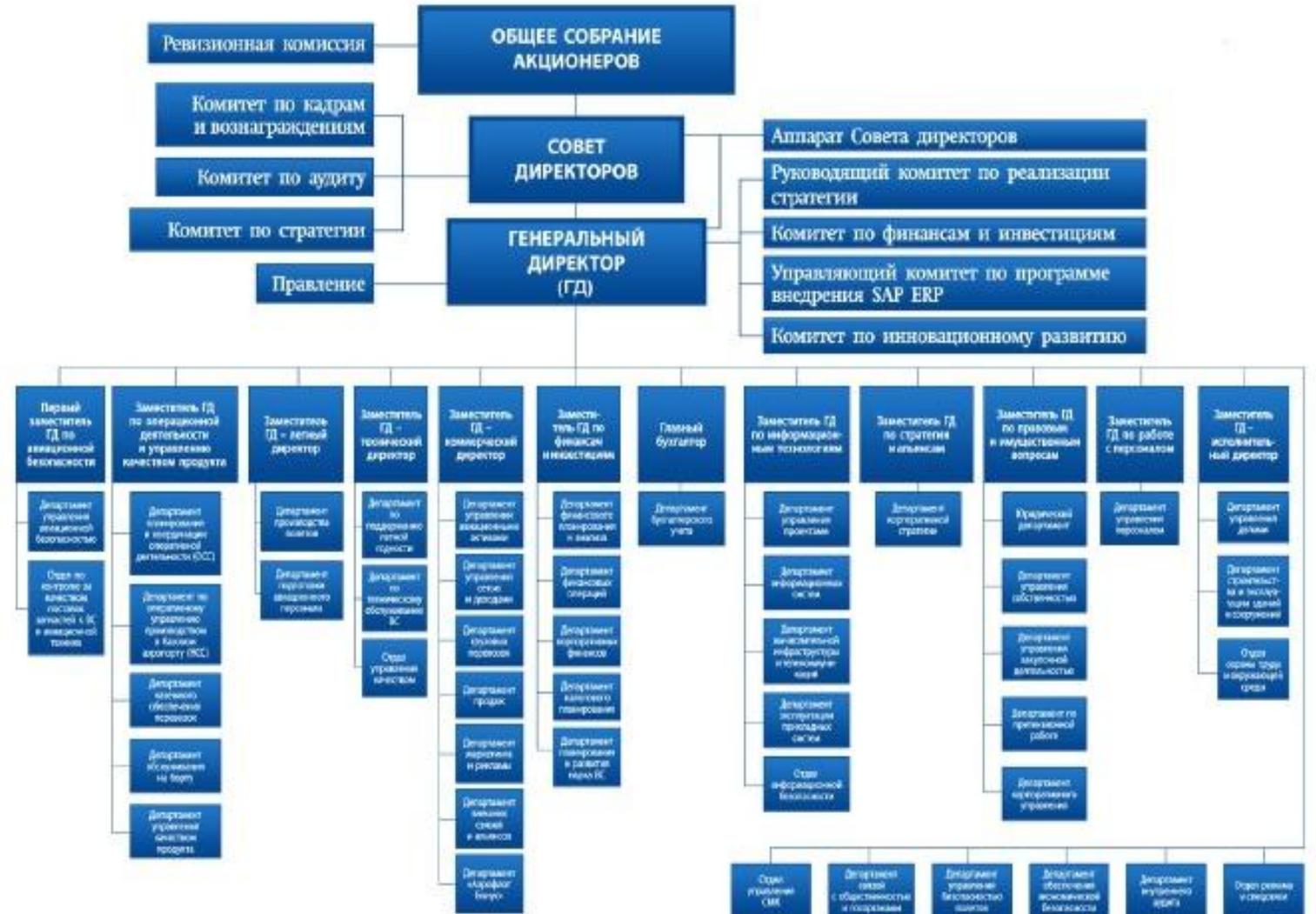
За пределами Российской Федерации акции Аэрофлота обращаются в виде глобальных депозитарных расписок (ГДР) на внебиржевом рынке Франкфуртской фондовой биржи и американских депозитарных расписок (АДР) на внебиржевом рынке США. Одна ГДР/АДР соответствует 5 обыкновенным акциям Компании. Функции банка-депозитария выполняет Deutsche Bank Trust Company Americas, а функции банка-кастоди — ООО «Дойче Банк». По состоянию на 31 декабря 2014 года в ГДР конвертировано 11 834 855 акций, что составляет 1,07% от уставного капитала.

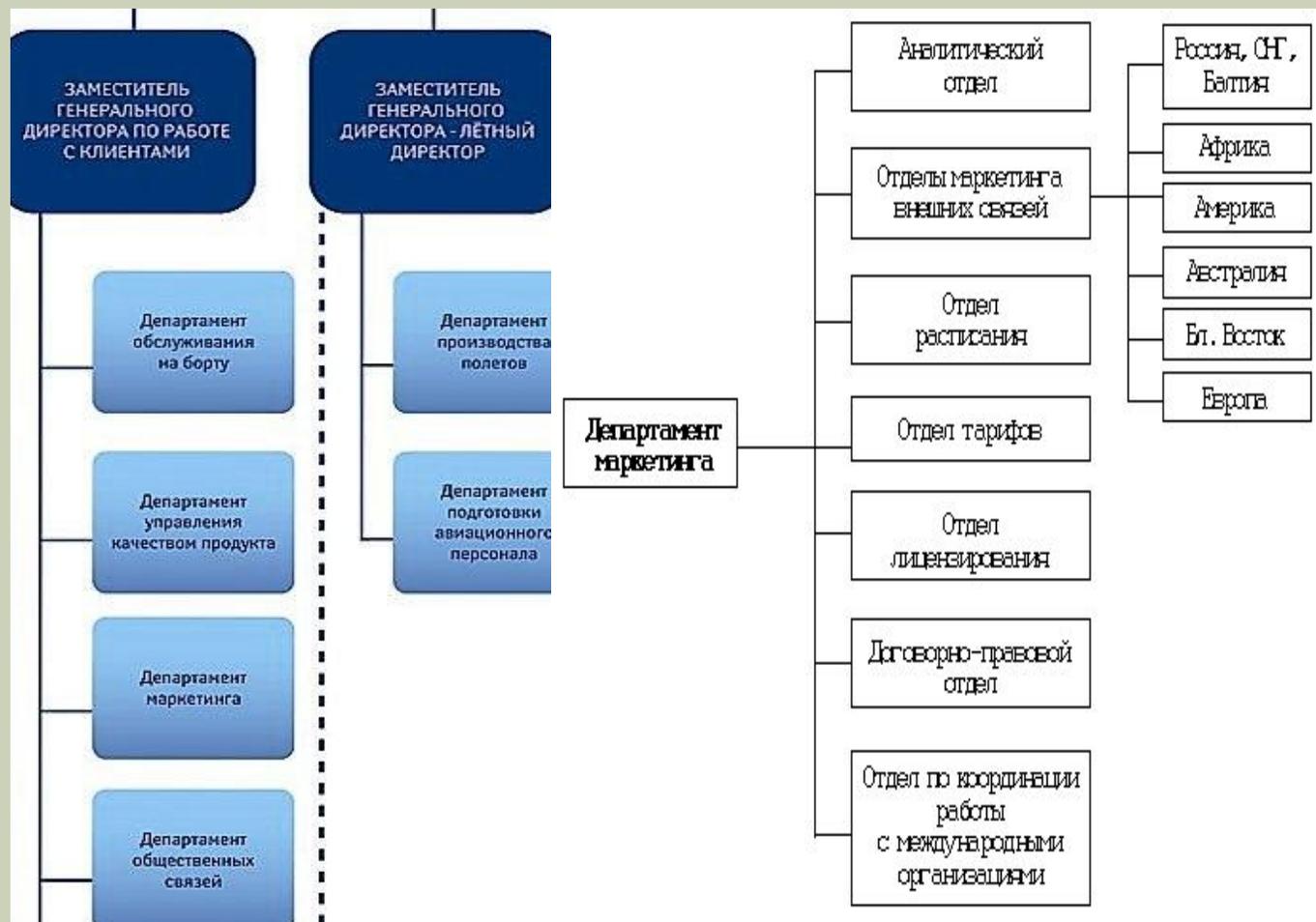


Аэрофлот- крупнейшая авиакомпания и национальный авиаперевозчик России. Одна из старейших авиакомпаний в мире, начиная свою деятельность с 1923 года, является полностью государственным предприятием. С 2006 года Аэрофлот является полноправным членом авиационного альянса SkyTeam. Также компания образует крупнейший в России авиационный холдинг.

Аэрофлот имеет линейно-функциональную оргструктуру, все звенья управления представлены на рисунке.

СТРУКТУРА ОРГАНИЗАЦИИ





- В Аэрофлоте управление маркетинга возглавляет вице-президент по маркетингу. Он является членом Совета директоров и принимает участие в выработке целевой ориентации деятельности авиакомпании, разработке долгосрочной стратегии ее реализации, составлении планов развития авиатранспортного производства.
- Основной задачей управления маркетинга является разработка стратегии и тактики поведения компании на рынке воздушных перевозок с учетом ее целей, финансовых и технических возможностей.
- В настоящее время для Аэрофлота характерна организация маркетинга по видам авиаперевозок и видам функций.
- Во главе подразделения стоит вице-президент по маркетингу.
- Отдел управления маркетинга является основным отделом, определяющим маркетинговую деятельность авиакомпании.

КОРПОРАТИВНАЯ ФИЛОСОФИЯ.

***Миссия «Аэрофлот»:** «Мы работаем для того, чтобы наши клиенты могли быстро и с комфортом преодолевать огромные расстояния, а значит – быть мобильными, чаще встречаться, успешно работать и видеть мир во всем его разнообразии».

***Видение:** оставаться бесспорным лидером внутренних и международных авиаперевозок России и быть в числе лучших авиакомпаний мира.

***Ценности:** доверие клиентов;

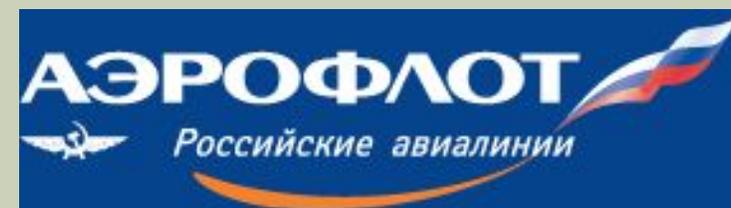
результаты для акционеров;



командная работа;



ответственность перед обществом.



SWOT анализ

Сильные стороны

- Географическое положение
- Разветвленная инфраструктура
- Высокий уровень безопасности полетов
- Широко известный бренд
- Членство в Sky Team
- Внедрение технологии электронного билета и других IT-услуг для увеличения числа пассажиров и сокращения издержек
- Открытие терминала «Шереметьево-3» в 2009 г.

Возможности

- Потенциал для «укрупнения» авиакомпаний включая вход в регионы России, где господствуют местные авиаперевозчики
- Увеличение потребности в авиаперевозках в мире
- Усиление барьера для входа новых игроков на рынок авиаперевозок
- возможности для диверсификации производства и роста неавиационных доходов

Слабые стороны

- слабый имидж авиакомпаний на мировом рынке
- большое количество нерентабельных авиалиний/Неэффективная эксплуатация некоторых линий
- Слабое знание иностранных языков персоналом авиакомпании
- недостаточное применение информационных технологий

Угрозы

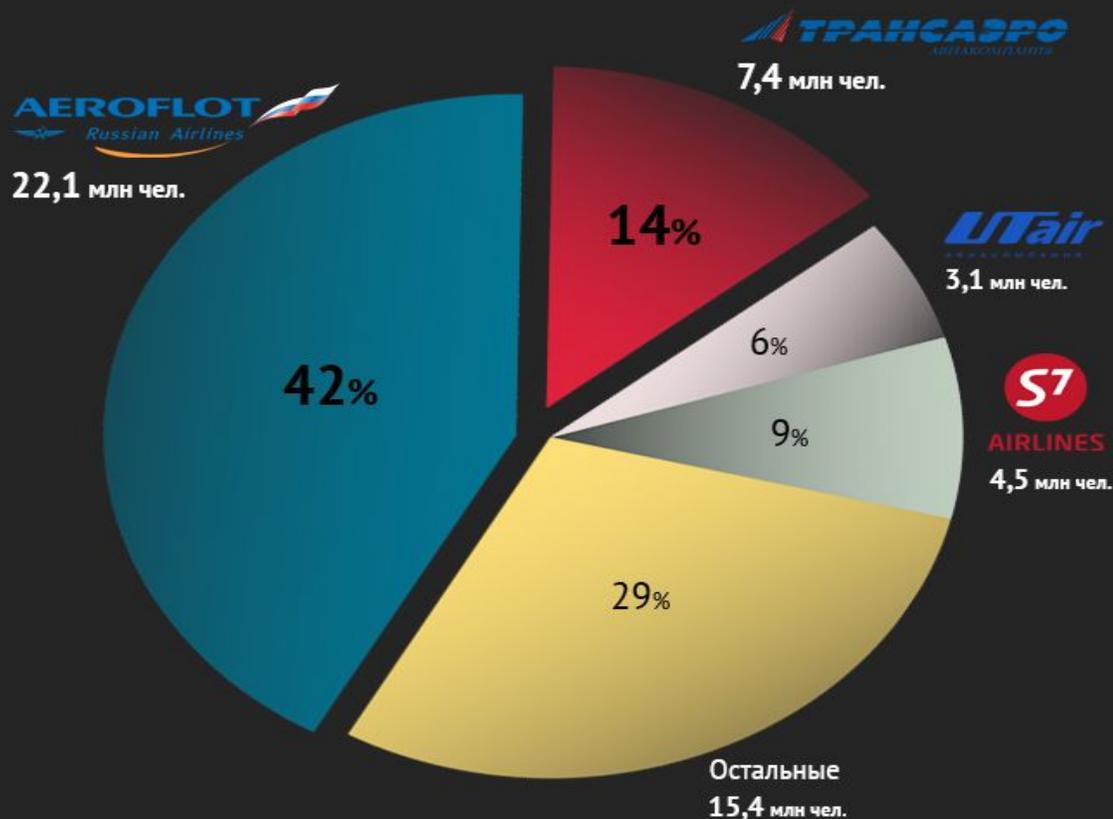
- Низкая покупательная способность населения России
- снижение доли летающих граждан, проживающих вне зоны московского и Санкт-Петербургского авиаузлов
- Конкуренция со стороны западных авиаперевозчиков
- высокие издержки и значительная зависимость от поставщиков

ДОЛЯ ГРАЖДАНСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК В РОССИИ.

Новый монополист: как увеличится доля «Аэрофлота» на рынке авиаперевозок

Госкомпания будет контролировать больше половины рынка

Количество перевезенных пассажиров за январь-июль 2015 г.



Источник: Росавиация, расчеты Forbes

Аэрофлот демонстрирует стабильный рост на протяжении последних шести лет. Так, совокупные темпы роста составили 12% по пассажирским перевозкам благодаря как органическому росту, так и расширению за счет приобретений.

Процент занятости пассажирских кресел также существенно улучшился за тот же период, повысившись на 9 п.п. до 77%.

Группа имеет хорошие позиции, чтобы получить дополнительные преимущества за счет плана правительства по развитию сектора авиаперевозок, направленного на стимулирование экономического роста в стране. В сравнении с европейскими сопоставимыми авиакомпаниями показатели Аэрофлота продемонстрировали определенную устойчивость в условиях недавнего спада.

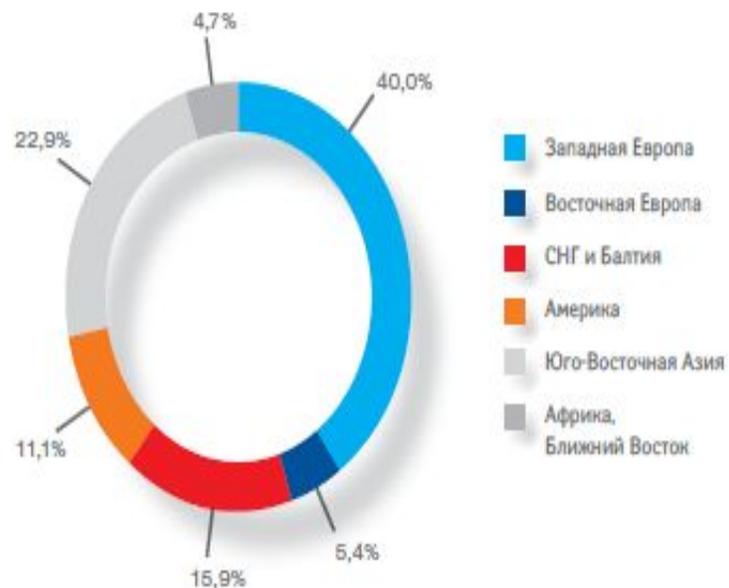
Маркетинговые исследования



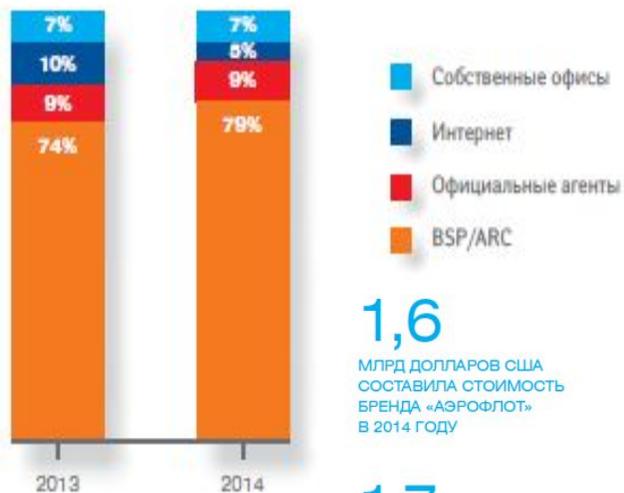
- В 2014 году «Аэрофлот» провел ключевые маркетинговые исследования на ключевых рынках России и за рубежом, результаты которых стали основной обновленной маркетинговой стратегии авиакомпании.
- В декабре 2014 года была запущена система Siebel CRM, которая позволила работать с потенциальными и существующими клиентами и решать такие задачи как сбор маркетинговых данных и акцентировать внимание на нужных сегментах клиентской аудитории, взаимодействие с клиентами по разным каналам с учетом их интересов, а также анализ эффективности маркетинговой деятельности.
- Индекс потребительской лояльности (NPS) в 2014 году вырос на 9 п.п. по сравнению с предыдущим годом и составил 67%.
- В 2014 году в ОАО «Аэрофлот» была разработана обновленная маркетинговая стратегия на период 2015–2020 гг., которая предусматривает детализированную сегментацию потребителей и максимально полный учет потребностей и особенностей каждой категории пассажиров.

Развитие бренда и качества услуг

СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ ОТ ПРОДАЖ ГРУППЫ «АЭРОФЛОТ» ЗА РУБЕЖОМ В 2014 ГОДУ



СООТНОШЕНИЕ КАНАЛОВ ПРОДАЖ ГРУППЫ «АЭРОФЛОТ» ЗА РУБЕЖОМ



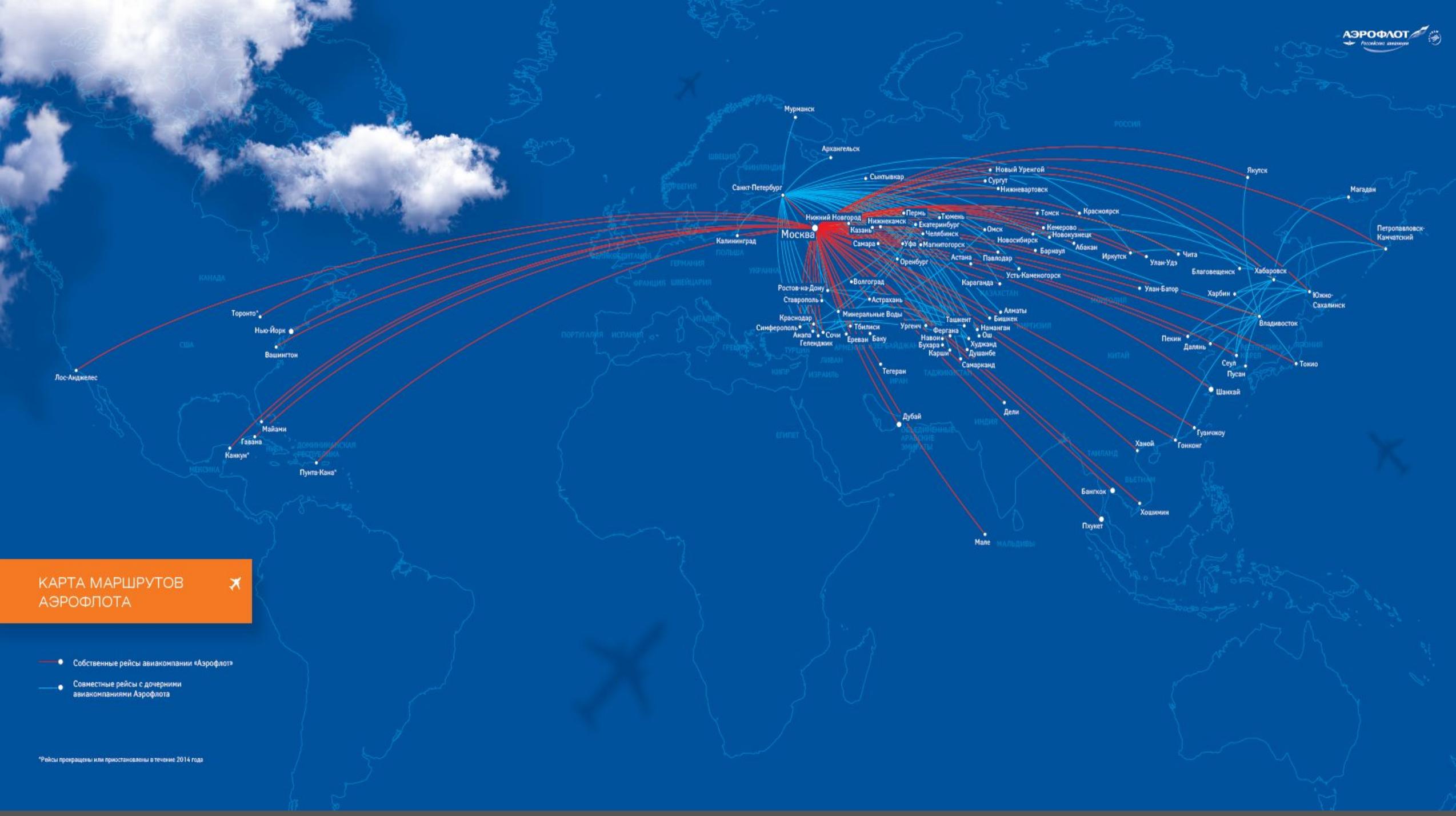
1,6
млрд долларов США
составила стоимость
бренда «АЭРОФЛОТ»
в 2014 году

1,7
млрд долларов США
стоимость бренда
с учетом дочерних
компаний

Продажи за рубежом осуществляются по следующим каналам: сеть нейтральных агентов IATA, объединенная системами взаиморасчетов BSP и ARC, официальные агенты (компании, имеющие прямые агентские соглашения), сайт авиакомпании «Аэрофлот», собственные офисы продаж.

Основными регионами продаж в 2014 году стали Западная Европа (40%), Юго-Восточная Азия (23%), СНГ и Балтия (16%). Наиболее высокий рост объема продаж в 2014 году продемонстрировали Южная Корея (увеличение на 52,0%), Израиль (51,7%) и Китай (21,3%).

Наиболее существенную роль среди каналов продаж играют продажи по каналам BSP/ARC, в 2014 году их доля возросла с 74% до 79%, при этом доля интернет-продаж сократилась с 10% до 5%.



КАРТА МАРШРУТОВ
АЭРОФЛОТА



- Собственные рейсы авиакомпании «Аэрофлот»
- Совместные рейсы с дочерними авиакомпаниями Аэрофлота

*Рейсы преобразованы или приостановлены в течение 2014 года

Маршрутная сеть

КОЛИЧЕСТВО НАПРАВЛЕНИЙ ГРУППЫ «АЭРОФЛОТ»

Направления	2014			2013		
	Регулярные	Чартерные	Всего	Регулярные	Чартерные	Всего
ВСЕГО	291	351	572	293	576	773
Международные	182	292	436	191	471	606
Внутренние	109	59	136	102	105	167
Дальнемагистральные	36	50	78	35	89	115
Среднемагистральные	255	301	494	258	487	658

ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА РЕГУЛЯРНЫХ РЕЙСОВ ГРУППЫ «АЭРОФЛОТ» ПО РЕГИОНАМ



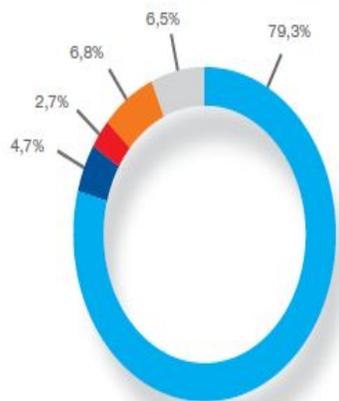
По состоянию на 31 декабря 2014 года маршрутная сеть Группы «Аэрофлот» включала 291 регулярное направление в 56 стран мира. Количество регулярных направлений осталось в целом на прежнем уровне, сократившись на 0,7% в сравнении с 2013 годом.

Так, в течение 2014 года авиакомпании, входящие в Группу «Аэрофлот», начали выполнять регулярные рейсы по 22 новым направлениям, включая 9 внутренних:

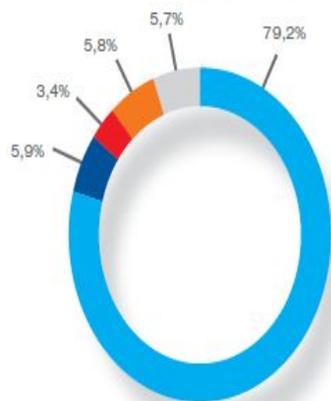
- из Краснодара в Худжанд и Симферополь;
- из Ростова-на-Дону в Симферополь;
- из Санкт-Петербурга в Минск и Сургут;
- из Хабаровска в Магадан;
- из Южно-Сахалинска в Харбин и Сеул;
- из Анапы в Новосибирск и Уфу;
- из Барнаула в Анталию и Ганновер;
- из Екатеринбурга и Новосибирска в Ганновер;
- из Сочи в Казань, Мюнхен и Франкфурт;
- из Челябинска в Мюнхен;
- из Москвы в Караганду, Кишинев, Новый Уренгой и Тбилиси.

Финансовые показатели

СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ, 2014 ГОД

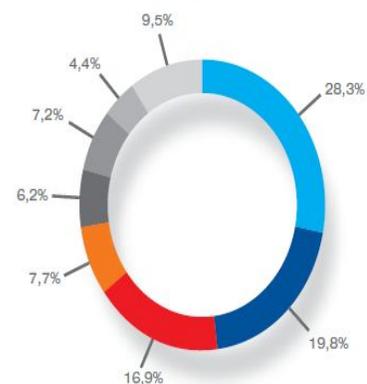


СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ, 2013 ГОД

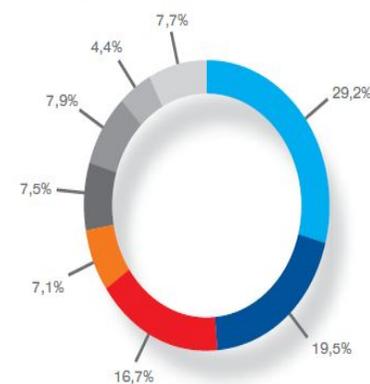


- Регулярные пассажирские перевозки
- Чартерные пассажирские перевозки
- Грузовые перевозки
- Доходы по соглашениям с авиакомпаниями
- Прочие доходы

СТРУКТУРА ОПЕРАЦИОННЫХ РАСХОДОВ, 2014 ГОД



СТРУКТУРА ОПЕРАЦИОННЫХ РАСХОДОВ, 2013 ГОД



- Расходы на авиационное топливо
- Обслуживание воздушных судов и пассажиров
- Расходы на оплату труда
- Расходы по операционной аренде
- Техническое обслуживание воздушных судов
- Коммерческие, общезаяственные и административные расходы
- Амортизация и таможенные пошлины
- Прочие расходы

Увеличение пассажиропотока на 10,7% по сравнению с 2013 годом и рост прочей выручки обусловили рост общей выручки Группы «Аэрофлот» на 9,9% по сравнению с 2013 годом до 319 771 млн руб. Значительное влияние на финансовые результаты Группы оказал существенный рост курса доллара США и евро по отношению к рублю. Изменение курса повлияло на динамику выручки, однако, положительное влияние курса было нивелировано эффектом тарифной политики, направленной на поддержание пассажирского трафика.

В 2014 году выручка от пассажирских перевозок составила 84,0% от общей выручки Группы, в том числе 79,3% по регулярным пассажирским перевозкам и 4,7% по чартерным. Выручка от пассажирских перевозок в 2014 году составила 268 636 млн руб., что на 8,4% превышает результат 2013 года.

По итогам 2014 года операционные расходы Группы составили 308 503 млн руб., что на 13,8% (на 37 342 млн руб.) выше, чем в 2013 году. В структуре расходов Группы наибольший удельный вес приходится на расходы на авиационное топливо (28,3%), услуги по обслуживанию воздушных судов и пассажиров (19,8%) и расходы на оплату труда (16,9%).

Азиатское направление Аэрофлота

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ГРУППЫ «АЭРОФЛОТ» ПО РЕГИОНАМ (РЕГУЛЯРНЫЕ И ЧАРТЕРНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ)

	Перевезено пассажиров, млн чел.			Выполненный пассажирооборот, млрд пкм			Предельный пассажирооборот, млрд пкм			Занятость кресел, %		
	2014	2013	изм., %	2014	2013	изм., %	2014	2013	изм., %	2014	2013	изм., п.п.
Россия	17,6	14,0	26,0%	34,9	29,1	19,9%	43,4	37,4	16,2%	80,4%	77,9%	2,5
Европа	7,6	7,2	6,6%	17,2	16,0	6,9%	23,3	21,6	8,0%	73,7%	74,4%	(0,8)
СНГ	2,6	2,8	(7,7%)	4,9	5,2	(7,4%)	6,3	6,8	(7,8%)	77,0%	76,7%	0,4
Азия	2,3	2,2	6,3%	15,1	13,7	10,2%	20,2	17,6	14,3%	75,0%	77,8%	(2,8)
Бл. Восток и Африка	1,7	1,7	0,6%	4,7	4,4	5,2%	6,1	5,5	10,2%	77,0%	80,6%	(3,7)
Америка	0,8	0,8	0,6%	6,9	6,9	(0,5%)	8,7	8,7	(0,2%)	79,3%	79,5%	(0,2)
ИТОГО РЕГУЛЯРНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ	32,7	28,6	14,1%	83,5	75,4	10,7%	107,9	97,6	10,6%	77,4%	77,3%	0,1
Чартерные перевозки	2,1	2,8	(25,3%)	6,5	9,8	(33,6%)	8,0	11,5	(30,8%)	82,1%	85,6%	(3,5)
ИТОГО ПАССАЖИРСКИЕ ПЕРЕВОЗКИ	34,7	31,4	10,7%	90,1	85,3	5,6%	115,8	109,1	6,2%	77,8%	78,2%	(0,4)

- Число перевезенных пассажиров выросло на **6,3%** до **2,3 млн.** темп роста пассажирооборота отстает от роста провозных мощностей, составившего 14,3%, что объясняет снижение процента занятости кресел на 2,8 п.п. опережающий рост провозных мощностей связан с заменой Boeing 767 с количеством мест от 218 до 309 на Boeing 777, имеющий 402 пассажирских места, на ряде направлений в этот регион.
- по направлению Ближний восток в 2014 году группа перевезла **1,7 млн** пассажиров, что на 0,6% больше, чем годом ранее. При этом опережающий рост провозных мощностей также связан с изменением типов используемых воздушных судов по направлению в Турцию и увеличением провозных мощностей на рейсах в Израиль.