

# СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ СЕТЬЮ МАРШРУТОВ АВИАКОМПАНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ЕЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ



**Андреев Александр Вадимович,**  
к. э. н., докторант, Московский Государственный Университет Управления (ГУУ)  
aaw13@mail.ru

## ВВЕДЕНИЕ

Сеть маршрутов (СМ) авиакомпании является одним из основных инструментов реализации ее маркетинговой стратегии в условиях современного авиатранспортного рынка. Основной задачей формирования и реализации маркетинговой стратегии выступает преобразование элементов корпоративной стратегии авиакомпании (АК) в конкретные маркетинговые мероприятия, в т. ч. в области повышения объемов продаж по географическим сегментам сети маршрутов, формируемой в соответствии с конъюнктурой рынка. Соответственно, формирование системы измеряемых показателей СМ авиакомпании имеет актуальное значение, в т. ч. в области оценки степени достижения ее декларируемых маркетинговых целей и приоритетов стратегического развития. В качестве

конечного результата данной деятельности предлагается рассмотреть конфигурацию сети маршрутов авиакомпании и разработку оптимального режима ее эксплуатации, закрепленного сезонным расписанием полетов. Периодичность мониторинга показателей управления сетью маршрутов обусловлена сезонами IATA (Международная Ассоциация Воздушного Транспорта), характеризующимися различной интенсивностью выполнения рейсов в зимний и летний периоды. Учитывая данную специфику, расчет и сравнительный анализ показателей управления сетью маршрутов также предлагается производить посезонно, т. е. летний сезон сравнивается с летним сезоном, а зимний сезон — с зимним.

Динамика процесса развития сети маршрутов и парка воздушных судов (ВС) авиакомпании

(изменение от сезона к сезону состава и структуры парка ВС; открытие, изменение частот по авиалиниям и т. п.), обуславливает постоянное изменение базы расчета целевых значений измеряемых показателей. В связи с этим, расчет целевых значений показателей СМ предлагается производить для каждого сезона, а по окончании сезона — определять степень его достижения.

## НОМЕНКЛАТУРА ИЗМЕРЯЕМЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ СЕТЬЮ МАРШРУТОВ АВИАКОМПАНИИ

Рассмотрим основные группы показателей управления сетью маршрутов авиакомпании, представленные в *таблице*.

*Рентабельность сети маршрутов (Ψ)*. Рентабельной принято считать сформированную сеть маршрутов авиакомпании, генерирующую прибыль. Соответственно, коэффициент рентабельности характеризует как относительную прибыльность сети, так и эффективность ее построения. Поскольку для различных вариантов формирования расписаний, основные изме-