

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА

Важную роль в удержании существующих и привлечении новых клиентов играет маркетинговая политика Компании.

АО «ФПК» – клиентоориентированная компания. В целях повышения уровня удовлетворенности пассажиров, привлечения пассажиропотока на железнодорожный транспорт, повышения общей доступности перевозок она активно использует стимулирующие акции и маркетинговые инициативы, направленные на снижение тарифной нагрузки на пассажира.

ФОРМИРОВАНИЕ ТАРИФОВ

Регулируемый сегмент перевозок

Тарифы на проезд в плацкартных, общих вагонах с местами для сидения пассажирских и скорых поездов и вагонах первого, второго, третьего классов моторвагонного подвижного состава установлены в соответствии с Тарифным руководством, утвержденным приказом Федеральной службы по тарифам (ФСТ России) от 27 июля 2010 г. № 156-т/1. Тарифы ежегодно индексируются и зависят от категории поезда, а также от дальности поездки пассажира.

С 1 января 2021 г. тарифы в данном сегменте перевозок проиндексированы на 3,7 % к уровню 2020 года (приказ Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) от 16 сентября 2020 г. № 845/20).

Начиная с 2003 года действующим законодательством предусмотрена возможность дифференциации тарифов. К базовым тарифам применяются дифференцированные по календарным периодам индексы, которые призваны снизить сезонные колебания спроса.

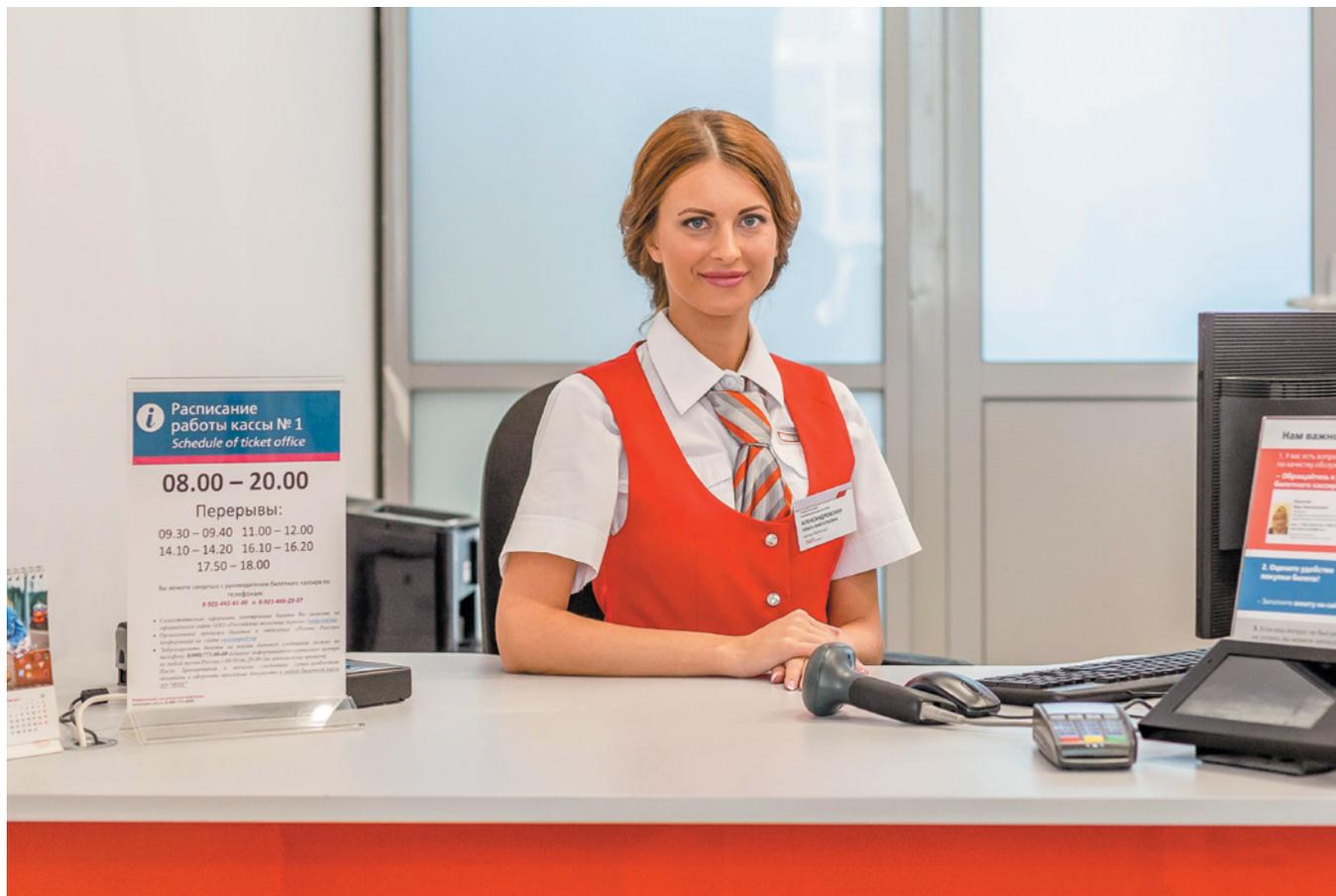
С 2021 года АО «ФПК» дано право установления дифференцированных по календарным периодам индексов к уровню тарифов с максимальным индексом 1,2 к ставкам тарифов, которые рассчитаны в зависимости от изменения спроса и на уровне, обеспечивающем

непревышение их среднегодового значения 1,0 (приказ ФАС России от 16 сентября 2020 г. № 845/20), и утверждаются внутренними нормативными документами Компании.

С 2015 года АО «ФПК» дано право регулирования тарифов на проезд в плацкартных вагонах в пределах установленного уровня, что позволило проводить различные маркетинговые акции в данном сегменте перевозок.

Продолжена практика проведения маркетинговых акций на проезд в плацкартных и общих вагонах. Благодаря снижению стоимости проезда на отдельные категории мест (в зависимости от их расположения) пассажирские перевозки удалось сделать более доступными для различных слоев населения, не выходя за рамки предельного уровня тарифов, установленного приказом ФАС России от 16 сентября 2020 г. № 845/20.

С 2017 года в соответствии с Федеральным законом от 30 ноября 2016 г. № 401-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации», установлена налоговая ставка на пассажирские перевозки железнодорожным транспортом общего пользования в дальнем следовании в размере 0 %.



Дерегулированный сегмент перевозок

Компания вправе самостоятельно устанавливать тарифы на перевозки пассажиров в вагонах СВ и купейных вагонах в соответствии с п. 5 Перечня работ (услуг) субъектов естественных монополий в сфере железнодорожных перевозок, тарифы, сборы и плата в отношении которых регулируются государством.

Также Компания может самостоятельно устанавливать тарифы на перевозку пассажиров железнодорожным транспортом общего пользования во внутригосударственном сообщении в составе скоростных поездов. Данное право закреплено в приказе ФСТ России от 14 декабря 2010 г. № 431-т/1 «Об изменении государственного регулирования в отношении субъектов естественных монополий при перевозках

пассажиров железнодорожным транспортом общего пользования во внутригосударственном сообщении, а также при оказании услуги по пользованию комплектами постельного белья».

Таким образом, в дерегулированном сегменте АО «ФПК» осуществляет транспортное обслуживание пассажиров в купейных вагонах, вагонах СВ и вагонах класса люкс, а также во всех вагонах скоростных поездов.

В этом сегменте АО «ФПК» вправе самостоятельно устанавливать тарифы на перевозки пассажиров.

Основными механизмами тарифообразования в дерегулированном сегменте являются система динамического ценообразования, различные маркетинговые акции и тарифные инициативы.

СИСТЕМА ДИНАМИЧЕСКОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Система динамического ценообразования представляет собой многофакторный инструмент тарифообразования, сочетающий большинство подходов, которые ранее реализовывались в виде маркетинговых акций, – дифференциацию тарифов в зависимости от категории места (верхняя/нижняя полка), дня недели, глубины продажи и др. В отличие от статичных маркетинговых акций, когда тариф определяется заранее на длительный период, система динамического ценообразования формирует гибкие тарифы с учетом внутренних изменений, а также различных тенденций, происходящих во внешней среде, на дату продажи.

Система тарифообразования позволяет обеспечить баланс спроса и стоимости услуг, что в конечном итоге отражается на росте спроса на услуги железнодорожного транспорта.

Реализация различных маркетинговых акций, направленных на стимулирование потребительского спроса как в дерегулированном, так и в регулируемом сегментах перевозок, способствует удержанию позиций Компании на рынке пассажирских перевозок.

МАРКЕТИНГОВЫЕ АКЦИИ

Проводимые в 2021 году маркетинговые акции в зависимости от внешних условий были нацелены на решение разных задач.

- **Улучшение загрузки отдельных групп поездов.**
В 2021 году было реализовано **45 таких акций** (например, акции для загрузки поездов, следующих с Черноморского побережья России, в мае и первой половине июня, скидки на проезд в двухэтажных поездах, скидки в скоростных поездах, акции, направленные на загрузку поездов с отстающей динамикой показателей или наличием резерва емкости).
- **Стимулирование поездок по всей сети (41 акция).**
Например, акции в плацкартных вагонах на отдельных категориях мест, скидки при выкупе целого купе или СВ, а также скидки, предоставляемые при поездке «туда и обратно».
- **Адресные предложения группам пассажиров (30 акций).** Среди таких акций – скидки на день рождения, скидки для детей и лиц старшего возраста. Также осуществляется рассылка промокодов пассажирам, которые сократили количество поездок в поездах. Для стимулирования частоты поездок введены скидочные карты и «Деловые проездные».
- Кроме того, в 2021 году реализовано более 160 точечных маркетинговых инициатив.

>116 АКЦИЙ

реализовано в 2021 году

Кроме того, реализовано
160 точечных маркетинговых инициатив

≈3 МЛН ПАССАЖИРОВ

в 2021 году удалось привлечь дополнительно за счет гибкой ценовой политики Компании

В 2021 году расширен полигон применения невозвратного тарифа – в последнем купе во всех поездах внутригосударственного сообщения предоставляется скидка 25 % к тарифам в купейных вагонах при условии отсутствия возможности получения обратно стоимости проезда.

Продолжена практика проведения маркетинговых акций, нашедших наибольший отклик у пассажиров.

- Для обеспечения более высокого уровня самоизоляции и безопасного путешествия пассажиров в купейных вагонах предоставляется скидка до 20 % при выкупе всего купе целиком, а в вагонах СВ – скидка до 30 % при выкупе всех мест одним пассажиром.
- В летний период предоставлялась 20-процентная скидка на проезд в купейных вагонах для семей с тремя и более детьми, являющихся участниками Программы лояльности.
- В целях улучшения транспортной подвижности населения в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации с 2 августа до конца 2021 года предоставлялась скидка (льгота) до 40 % на проезд семей с детьми в купейных вагонах поездов дальнего следования. Данная скидка ранее в Компании не предоставлялась.

- На период учебного года школьникам, помимо льготы на проезд в плацкартных, общих вагонах и вагонах с местами для сидения поездов 800-й нумерации, предоставлялась льгота на проезд в купейных вагонах двухэтажных поездов в размере 50 % от тарифа, установленного на перевозку пассажиров в плацкартных вагонах на аналогичное расстояние проезда.
- Для стимулирования поездок были реализованы серийные акции «Удачный вторник», приуроченные ко Дню защитника Отечества и Международному женскому дню, с предоставлением скидки 30 % для мужчин и женщин, скидки для детей в возрасте от 10 до 17 лет, скидки всем пассажирам в течение одного «Удачного вторника».

Разработанный и реализованный комплекс маркетинговых инициатив, направленный на повышение доступности поездок и транспортной подвижности населения, дал результат: согласно проведенным оценкам, в 2021 году дополнительно порядка 3 млн человек смогли совершить поездку поездами АО «ФПК» за счет гибкой ценовой политики Компании.



РЕАЛИЗОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ В 2021 ГОДУ

Дневные поезда

По итогам 2021 года поездами дальнего следования с дневным режимом пропуски перевезено порядка 16,3 млн пассажиров, что в условиях сложившейся неблагоприятной эпидемиологической обстановки составило 92 % к уровню 2019 года. Доля перевозок пассажиров дневными поездами от общего годового объема перевозок АО «ФПК» составила 20,2 %.

В графике движения 2020/2021 года курсировало 67 пар дневных поездов по 40 маршрутам, в том числе Москва – Тамбов, Москва – Липецк, Москва – Ярославль, Москва – Белгород, Москва – Смоленск, Москва – Курск,

53,8 %

рост перевозок пассажиров дневными поездами к 2020 году

Москва – Брянск, Москва – Саранск, Краснодар – Адлер, Краснодар – Имеретинский курорт.

С 30 апреля 2021 г. начали курсировать в ежедневном обращении новые дневные поезда «Ласточка»:

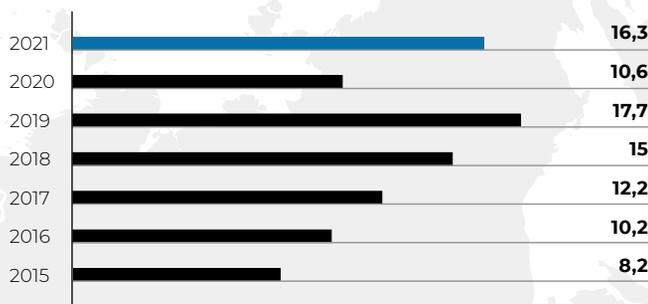
- № 717/718 Москва – Минск;
- № 721/722 Москва – Минск.

Перевозка пассажиров дневными поездами АО «ФПК»

Количество перевезенных пассажиров тыс. человек



Динамика объемов перевезенных пассажиров скоростными поездами с 2015 года млн человек



40
МАРШРУТОВ

67
ПАР ПОЕЗДОВ

Новые дневные поезда, запущенные в 2021 году

№ 717/718, 721/722 Москва – Минск (с 30 апреля 2021 г.)

Двухэтажные поезда

По итогам 2021 года двухэтажными поездами перевезено свыше 8,5 млн пассажиров, что на 43,4 % выше уровня 2019 года. Доля перевозок пассажиров двухэтажными поездами от общего годового объема перевозок АО «ФПК» составила 10,6 %.

В рамках расширения полигона курсирования двухэтажных поездов в 2021 году назначены следующие новые поезда: № 72/71 Москва – Чебоксары, № 277/278 Санкт-Петербург – Анапа в летний период, № 137/138 Оренбург – Самара – Москва, № 29/30 Санкт-Петербург – Белгород, № 43/44 Санкт-Петербург – Кострома.

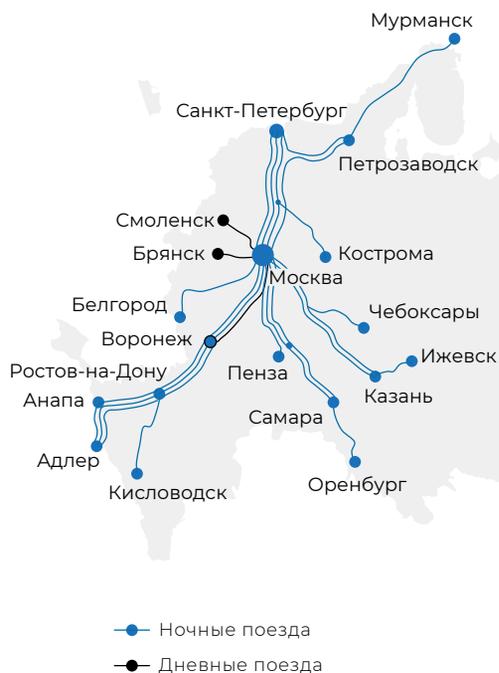
Двухэтажный подвижной состав был задействован на 19 маршрутах: Москва – Кисловодск,

60,8%

рост перевозок пассажиров двухэтажными поездами к 2020 году

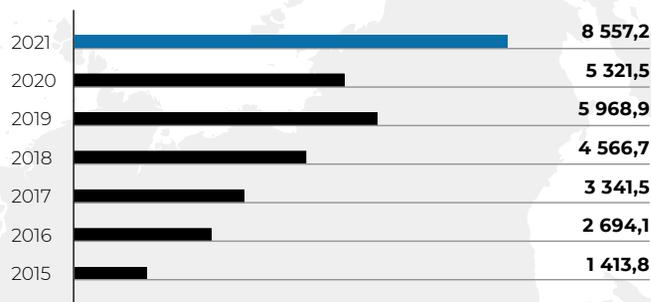
Москва – Санкт-Петербург, Москва – Петрозаводск, Санкт-Петербург – Мурманск, Москва – Казань, Москва – Ижевск, Москва – Самара, Москва – Пенза, Санкт-Петербург – Адлер, Москва – Адлер, Ростов-на-Дону – Адлер, Москва – Воронеж, Москва – Смоленск, Москва – Брянск, Санкт-Петербург – Белгород, Москва – Чебоксары, Москва – Оренбург, Санкт-Петербург – Кострома, Санкт-Петербург – Анапа.

Перевозка пассажиров двухэтажным подвижным составом АО «ФПК»



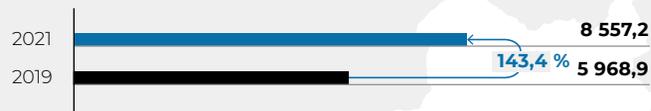
Динамика объемов пассажиров, перевезенных скоростными поездами, с 2015 года

млн человек



Количество перевезенных пассажиров

тыс. человек



Новые двухэтажные поезда, запущенные в 2021 году

- № 72/71 Москва – Чебоксары (с 8 мая 2021 г.)
- № 277/277 Санкт-Петербург – Анапа (с 30 мая 2021 г.)
- № 137/138 Оренбург – Москва (с 3 декабря 2021 г.)
- № 29/30 Санкт-Петербург – Белгород (с 12 декабря 2021 г.)
- № 43/44 Санкт-Петербург – Кострома (с 15 декабря 2021 г.)

19

МАРШРУТОВ

26

ПАР Поездов

Скоростные поезда

В 2021 году скоростными поездами формирования АО «ФПК» перевезено свыше 9,4 млн пассажиров, или 92,3 % к уровню 2019 года. Доля перевозок пассажиров скоростными поездами от общего годового объема перевозок АО «ФПК» составила 11,7 %.

По итогам 2021 года 30 пар скоростных поездов формирования АО «ФПК» курсировали по 10 маршрутам (Москва – Нижний Новгород, Москва – Смоленск, Москва – Воронеж, Москва – Орел, Москва – Курск, Москва – Брянск, Москва – Белгород, Москва – Минск, Москва – Санкт-Петербург, Санкт-Петербург – Самара).

42,4 %

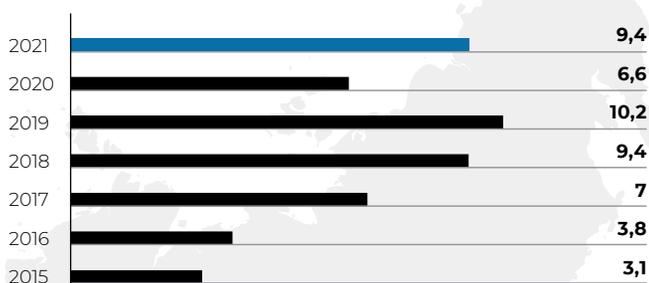
рост перевозок пассажиров скоростными поездами к 2020 году

Перевозка пассажиров скоростными поездами АО «ФПК»

Количество перевезенных пассажиров **тыс. человек**



Динамика объемов пассажиров, перевезенных скоростными поездами, с 2015 года **млн человек**



10
МАРШРУТОВ

30
ПАР ПОЕЗДОВ



Вагоны-автомобилевозы

>6,9 тыс.

ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

перевезено в вагонах-автомобилевозах, курсирующих в составах поездов формирования АО «ФПК»

На 45,4 % больше, чем в 2020 году

Тарифные продукты

В 2021 году Компанией было запущено более 30 маркетинговых акций с использованием промокодов, направленных на стимулирование пассажиров к совершению поездок железнодорожным транспортом, увеличение количества участников в Программе лояльности, а также расширение базы клиентов, оставивших согласие на получение информационно-рекламной рассылки.

Наиболее популярные акции с использованием промокодов:

- промокоды со скидкой 50 % медицинским работникам, ведущим борьбу с распространением COVID-19 (с октября 2020 по 31 марта 2021 г. было выдано более 20 тыс. таких промокодов);

- промокоды пассажирам, не совершавшим поездки в 2020–2021 годах, но пользовавшимся поездками АО «ФПК» в 2019 году и ранее;
- промокоды клиентам партнеров АО «ФПК» в рамках Программы лояльности.

По итогам 2021 года с использованием промокодов было приобретено более 53 тыс. билетов.

В 2021 году расширен перечень маршрутов действия «Деловых проездных». Так, «Деловой проездной» возможно приобрести на поезда в сообщении Москва – Чебоксары, Москва – Петрозаводск и Москва – Санкт-Петербург (на все поезда либо отдельно на двухэтажные). Всего в 2021 году было приобретено более 1 тыс. «Деловых проездных», предусматривающих 11 тыс. поездок.

Справочно: в 2018 году был запущен первый пилот электронной карты «Деловой проездной» на маршруте Москва – Нижний Новгород.

В 2021 году впервые запущен проект «Скидочная карта». Благодаря заранее приобретенным картам пассажиры могут оформлять билеты в купейные вагоны или вагоны с местами для сидения с постоянной скидкой (от 10 до 20 %, в зависимости от выбранного тарифного плана) в течение периода действия карты. Всего с июля по декабрь 2021 года приобретено 315 электронных карт.