Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и организация предприятий энергетического и транспортного комплексов»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Е. В. Кашина
« » 2016 г.

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ

080502.65.23.00 – «Экономика и управление на предприятии (на воздушном транспорте)»

Повышение эффективности субсидируемых тарифов на авиарейсы в южные регионы России

Пояснительная записка

Руководитель старший преподаватель К. А. Мухина

Выпускник Е. А. Локтионов

Красноярск 2016

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и организация предприятий энергетического и транспортного комплексов»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Е. В. Кашина
« » 2016 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме дипломного проекта

Студенту Евгению Анатольевичу Локтионову

Группа ЗУБ 10-04

Направление 080502.65.23.00 – «Экономика и управление на предприятии (на воздушном транспорте)»

Тема выпускной квалификационной работы: Повышение эффективности субсидируемых тарифов на авиарейсы в южные регионы России

Утверждена приказом по университету № 4109/с от 25.03.2016.

Руководитель ВКР: старший преподаватель кафедры «Экономика и организация предприятий энергетического и транспортного комплексов» К.А. Мухина

Исходные данные для ВКР: статистические данные о работе авиакомпаний, осуществляющих перевозки в южные регионы, первичная документация предприятия: бухгалтерский баланс и другие формы бухгалтерской отчетности; производственно-экономические и финансовые показатели и сведения о работе предприятия.

Перечень разделов ВКР:

1 Характеристика показателей деятельности авиакомпании;

2 Анализ организации чартерных рейсов;

3 Разработка мероприятий повышения эффективности субсидируемых тарифов на авиарейсы.

Перечень графического материала: проблема, цель и задачи дипломного проекта; характеристика авиакомпании; характеристика рынка перевозок; финансовые показатели; объемы перевозок пассажиров; среднемесячные производственные показатели; содержание мероприятий по совершенствованию эффективности субсидируемых рейсов; экономическая оценка эффективности мероприятий.

Руководитель ВКР К. А. Мухина

Задание принял к исполнению Е. А. Локтионов

« » 2016 г

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Повышение эффективности субсидируемых тарифов на авиарейсы в южные регионы России» состоит из введения, трех глав, заключения, списка источников и приложений. Общий объем 110 с. Выпускная квалификационная работа содержит __ рисунка, __ таблицы, 104 наименования использованных источников.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ АВИАПЕРЕВОЗОК; ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЧАРТЕРНЫХ РЕЙСОВ; ЭКСПЛУАТАЦИЯ ВОЗДУШНЫХ СУДОВ; СИСТЕМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ВОЗДУШНОМ ТРАНСПОРТЕ

Объектом исследования являются возможность организации субсидируемых рейсов на примере авиакомпании «ВИМ-Авиа» в южные регионы России.

В процессе проектирования проанализированы содержание и сущность чартерных перевозок, рассмотрены технологии организации чартерного рейса по договору с заказчиком.

На основании использования подходов к вариантам ценообразования определены мероприятия по совершенствованию чартерных авиаперевозок, которые заключаются в экономии эксплуатационных расходов при использовании более производительного воздушного судна.

Доля авиатранспортной составляющей в стоимости турпакета колеблется от 49 до 55%, что вызвано высокими ценами на авиатопливо. В этих условиях использование воздушного судна с местами бизнес-класса не должно приводить к удорожанию стоимости перелета пассажиров экономического класса.

Использование самолета Boeing 767-300 с конфигурацией мест бизнес-класса позволит привлечь дополнительных клиентов в туристические компании, а, значит, потребность в парке ВИМ-Авиа будет только возрастать.

В результате мероприятий проектируемый показатель чистой прибыли возрастает почти на 42% при прочих равных условиях. Рост рентабельности собственного капитала планируется на 11,2%, что говорит о повышении эффективности собственных средств.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 6
1 Характеристика показателей деятельности аэропортов Красноярского края, обеспечивающих региональные авиаперевозки .....**Ошибка! Закладка не определена.**
1.1 Характеристика аэропортов, находящихся под управлением Федерального казенного предприятия «Аэропорты Красноярья»**Ошибка! Закладка не определ**
1.2 Характеристика аэропортового комплекса крайнего севера Красноярского края.....**Ошибка! Закладка не определена.**
1.3 Производственные показатели перевозок в северных районах Красноярского края .....**Ошибка! Закладка не определена.**
2 Анализ подходов к развитию региональных авиаперевозок...**Ошибка! Закладка не определена.**
2.1 Характеристика и анализ инструментария стратегического менеджмента для обеспечения развития региональных перевозок**Ошибка! Закладка не опреде**
2.2 Маркетинг и реализация услуг по авиаперевозкам**Ошибка! Закладка не определ**
2.3 Инвестиционная политика и проектирование для задач совершенствования перевозок малой авиацией края**Ошибка! Закладка не опреде**
3 Разработка мероприятий развития региональной авиации.**Ошибка! Закладка не определена.**
3.1 Выбор типа воздушного судна для реновации парка воздушных судов Красноярского края .....**Ошибка! Закладка не определена.**
3.2 Развитие заказных перевозок малой авиацией на основе реновации парка воздушных судов .....**Ошибка! Закладка не определена.**
3.3 Оценка экономической эффективности мероприятий**Ошибка! Закладка не опред**
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....**Ошибка! Закладка не определена.**
Список использованных источников 32

ВВЕДЕНИЕ

Современные авиакомпании работают в различных рыночных условиях и вынуждены приспосабливаться к требованиям рынка, учитывать наличие конкурентов и их поведение. Компании покрывают свои потери из государственных и других источников и продолжают конкурентную борьбу на рынке. Стимулирует эту борьбу анализ официальной статистики и прогнозы IATA, согласно которым спрос на авиаперевозки в мире постоянно увеличивается. В последнее время в условиях кризиса государство стало уделять внимание развитию целевого сегмента авиапервозок в южные регионы России. Инструментом повышения привлекательности рейсов стало субсидирование. В свою очередь, авиакомпании постоянно находятся в поиске наиболее современных и эффективных инструментов для повышения эффективности своей работы, поэтому данная схема работы привлекательна и для авиакомпаний. Однако необходимо учитывать и существенное влияние сезонности на объем спроса. В связи с этим, авиакомпаниям необходимо проводить анализ и контроль за уровнем себестоимости услуг. Цель дипломного проекта – повышение эффективности субсидируемых тарифов на авиарейсы в южные регионы России (на примере АК «ВимАвиа»). Задачи: проанализировать деятельность авиакомпании; проанализировать показатели финансовой деятельности, оценить уровень финансовой самостоятельности; рассмотреть существующие подходы к анализу спроса на услуги перевозок, а также технологии организации чартерных рейсов с целью повышения их эффективности; выявить недостатки осуществления рейсов авиакомпании; разработать мероприятия по повышению эффективности субсидируемых рейсов; дать экономическую оценку мероприятиям.

1 Общая характеристика предприятия

1.1 Характеристика предприятия

«ВИМ-Авиа» – одна из крупнейших российских авиакомпаний, один из лидеров на рынке чартерных перевозок, базирующаяся в г. Москве в аэропорту Домодедово. Полное наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Авиакомпания «ВИМ-Авиа». Авиакомпания входит в группу «ВИМ-Авиа», в которую также входят небольшие авиакомпании «Русское небо», «Башкортостан». Год основания авиакомпании – 2002. В июле 2007 года авиакомпания приобрела 100 % акций ОАО «Авиакомпания «Алания», при этом в этом же году продала 100 % акций компании ОАО «Аэропорт Чита» компании ООО «Новапорт».

1.2 Характеристика производственной деятельности

Авиакомпания «ВИМ-Авиа» работает на рынке авиауслуг с 2002 года. За это время сумела себя зарекомендовать как надежный партнер, однако не лишенный производственных недостатков. В последнее время авиакомпания испытывала проблемы с финансовой устойчивость и платежеспособностью, однако ситуация стабилизировалась. Компании удалось урегулировать вопрос с долгами, однако для этого пришлось пожертвовать долей на рынке, сосредоточится на доходных линиях и сделать ставку на регулярные рейсы.

1.3 Характеристика финансового состояния

Целью дипломного проекта является разработка мероприятий повышения эффективности чартерных рейсов на примере АК «ВИМ-Авиа». Задачи проекта:

- проанализировать деятельность авиакомпании на рынке субсидируемых

перевозок;

- проанализировать показатели финансовой деятельности авиакомпании, оценить уровень финансовой самостоятельности авиакомпании на рынке перевозок;

- рассмотреть существующие подходы к анализу спроса на услуги перевозок, а также технологии организации чартерных рейсов с целью повышения их эффективности;

- выявить недостатки осуществления чартерных рейсов авиакомпании;

- разработать мероприятия по повышению эффективности чартерных рейсов;

- дать экономическую оценку мероприятиям.

2 Аналитическая часть

2.1 Характеристика чартерных перевозок и их роль в сфере туризма

Самолеты – самый популярный вид транспорта в мире. То же самое можно сказать и о авиаперевозках в туризме. И этому есть ряд причин:

- авиация самый быстрый и удобный вид транспорта при переездах на дальние расстояния,
- сервис на авиарейсах в настоящие время удовлетворяет потребности туристов.

Процент предпочтений туристов при выборе вида транспорта для путешествий у авиалиний значительно выше, чем у железных дорог или автобусный компаний. Можно сказать, что авиаперевозки по этому показателю занимают лидирующие место.

Воздушный транспорт является одной из наиболее и динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства и с каждым годом занимает все более прочные позиции в общемировой транспортной системе.

Туризм принадлежит к сфере услуг и является одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии.

Немаловажно также знать структуру распределения доходов между различными группами населения. Неравномерность такого распределения — вполне закономерное явление. Поэтому при выборе для обслуживания определенного сегмента рынка фирма должна исходить из материального положения своих потенциальных клиентов. Кроме того, чрезвычайно важно исследовать структуру расходов потребителей. Это позволяет приблизительно определить, какая доля расходов каждой группы населения приходится на потребление туристских услуг.

Туризм предполагает перемещение людей из одного места в другое как внутри страны, так и за ее пределами. В рамках статистики туризма транспорт относится к средству, которое использует посетитель для поездки из своего постоянного места жительства в посещаемое место. Существует стандартная международная классификация средств транспорта, разработанная на основе предложений ООН, она может быть использована как для внутреннего, так и для международного туризма. Она состоит из двух уровней – категории (вид транспорта) и разряда, определяющего транспортное средство.

На воздушном транспорте существуют: авиационные рейсы, осуществляемые по расписанию воздушных пассажирских перевозок по установленным маршрутам; рейсы вне расписания (чартерные и другие, не подчиняющиеся расписанию воздушных пассажирских перевозок). Под чартером понимается любое пассажирское транспортное средство (авиационное, морское, речное, автомобильное), полностью арендуемое у перевозчика туристской фирмой для перевозки туристов.

Чартерные, или заказные рейсы появилась в начале 90-х, когда возник бум на туристические поездки в заграничные страны. Туристическим фирмам стало выгодно закупать у авиакомпаний целые рейсы для перевозки своих клиентов. Отличия чартерных рейсов от регулярных показаны на рисунке 2.1.

Чартерные перевозки выполняются как по маршрутам, совпадающим с существующими на внутренних и международных авиалиниях, так и по любым другим. Выполнение формальностей, связанных с производством полетов, берет на себя перевозчик. Это иммиграционные, таможенные, карантинные и пограничные вопросы. Цена билета, и это главное, на чартерный рейс практически в два раза ниже чем самые дешевыми тарифами на регулярные рейсы, несмотря на то, что чартерные рейсы также летают регулярно.

В мировой практике различают ряд коммерческих разновидностей чартеров. Инклюзив чартер, когда стоимость чартера оплачивается туристской фирмой. Турист оплачивает чартерный тариф в пакете со стоимостью тура. В договоре указывается тип воздушного судна и конкретные условия перевозки, в

которых определяется: максимальная коммерческая загрузка чартера (количество пассажиров, масса багажа); место отправления и назначения, время вылета рейса; назначение перевозки; права и обязанности перевозчика и заказчика. Перевозчик обязан своевременно, в соответствии с графиком, прилагаемым к договору, предоставить самолет определенной стоимости, обеспечивающий перевозку оговоренной чартерной загрузки.

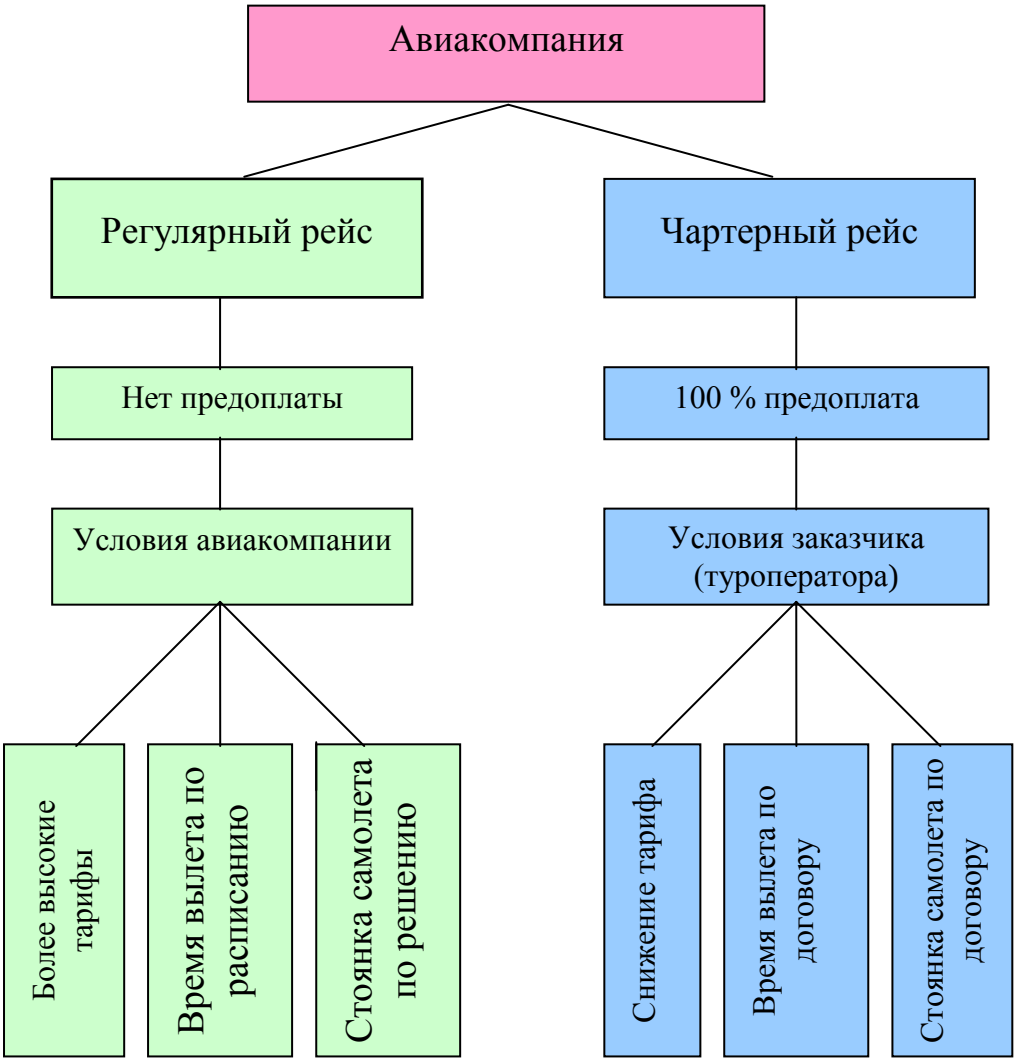

Рисунок 2.1 – Отличия чартера от регулярного рейса

Экономический анализ пассажирских и грузовых авиаперевозок показывает, что их исключительный рост объясняется эластичностью спроса относительно цены. Изучение тарифов перевозок показало, что существуют сильная ценовая

эластичность спроса на путешествия с целью отдыха и слабая ценовая эластичность спроса для бизнес-путешествий и еще меньше на индивидуальные путешествия.

Рынок туризма можно определить как общественно-экономическое явление, объединяющее спрос и предложение для обеспечения процесса купли-продажи туристского продукта в данное время и в определенном месте. При характеристике рынка туризма необходимо учитывать следующие моменты:

основным предметом купли-продажи являются услуги;

кроме покупателя и продавца в механизм туристского рынка включается значительное количество посреднических звеньев, которые обеспечивают связь спроса и предложения;

спрос на туристские услуги отличается рядом особенностей: большим разнообразием участников поездок по материальным возможностям, возрасту, целям и мотивам;

эластичностью: индивидуальностью и высокой степенью дифференциации; большой замещаемостью: отдаленностью по времени и месту от туристского предложения;

туристское предложение также характеризуется рядом отличительных характеристик: товары и услуги в туризме имеют тройственный характер (природные ресурсы, созданные ресурсы, туристские услуги); высокая фондоемкость отрасли; низкая эластичность; комплексность.

Туризм как отрасль экономики, занимающаяся в первую очередь организацией свободного времени клиента, может успешно существовать и развиваться при наличии как минимум двух составляющих: свободного времени и достаточных материальных средств для его организации. Проще говоря, основу современного туристического рынка как в качественном, так и в количественном отношении составляют оплачиваемые отпуска работников с учетом того, что в последнее время в международном туризме значительно возрастает роль деловых поездок, а также путешествий лиц пенсионного возраста, хотя последнее, к

сожалению, не относится к России.

Существует прямая связь между тенденциями в развитии индустрии туризма и общими экономическими, техническими и социальными достижениями. Растущий уровень жизни в развитых странах мира ведет к росту продолжительности отпусков работников и достаточно высокому уровню их обеспечения, что оказывает значительное влияние на развитие туристической отрасли. Таким образом, необходимыми предпосылками возникновения массового туризма, его развития и поддержания высоких объемов спроса являются увеличение свободного времени и рост материального благосостояния общества.

Тенденция к увеличению свободного времени является важным фактором дальнейшего успешного развития туризма как отрасли. Вместе с тем «потребность в отдыхе относится к верхнему этажу пирамиды потребностей человека». Известно, что «…потребности человека в туризме – потребности в восстановлении и развитии физических и психических сил человека, в его физическом, интеллектуальном и духовном совершенствовании». Но для того, чтобы эти потребности приобрели массовый характер, общество должно достичь достаточно высокого уровня благосостояния.

Для организации авиационных путешествий различным туристическим фирмам необходимо:

- спланировать и составить маршрут путешествия,

- заключить между турфирмами соглашения и договора о направлении и приеме туристов в соответствии с утвержденными графиками

- заключить договор между турфирмой и авиаперевозчиком.

Согласно ст.104 Воздушного Кодекса РФ по договору фрахтования воздушного судна (воздушному чартеру) одна сторона (фрахтовщик) обязуется предоставить другой стороне (фрахтователю) за плату для выполнения одного или нескольких рейсов одно или несколько воздушных судов либо часть воздушного судна для воздушной перевозки пассажиров, багажа, грузов или

почты. Осуществление чартерных воздушных перевозок регулируется настоящим Кодексом.

В договоре чартерной перевозки должны быть предусмотрены наименование сторон, тип воздушного судна, цель фрахтования, максимальное количество перевозимых пассажиров, багажа, грузов и почты, размер платы за фрахтование, место и время отправления, место назначения воздушного судна. В договор чартера могут быть включены и иные условия.

Фрахтовщик (авиакомпания) обязан своевременно предоставить вместимость воздушного судна и содержать воздушное судное в течение всего срока действия договора в состоянии, годном к использованию его для целей, предусмотренных договором. В интересах безопасности полета фрахтовщик имеет право переносить или отменять вылет, совершать в течение полета посадки, делать остановки, необходимый ремонт, изменять маршрут или прекращать полет, а также уменьшать количество пассажиров, багажа, груза и почты, принимаемых на борт в соответствии с условиями договора.

Фрахтователь (Туроператор) обязан своевременно внести плату, предусмотренную договором, обеспечить своевременную доставку пассажиров, багажа, груза и почты к месту отправления.

Фрахтователь может с согласия фрахтовщика предоставить зафрахтованное воздушное судно в субчартер. Фрахтователь может отказаться от договора с уплатой неустойки в размере, предусмотренном в договоре чартера.

Сторона по договору чартера освобождается от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение договора, если докажет, что неисполнение или ненадлежащее исполнение договора произошли не по ее вине. Фрахтовщик не несет ответственности перед фрахтователем в случае непригодности воздушного судна к эксплуатации, возникшей не по вине фрахтовщика.

При осуществлении на зафрахтованном судне перевозок фрахтовщик несет ответственность перед пассажирами, отправителями и получателями в

соответствии с положениями об ответственности перевозчика, предусмотренными в настоящем Кодекса.

…….

На первом этапе турфирма покупает у авиакомпании разовые билеты при появлении эпизодического спроса на них. На втором этапе турфирма договаривается с авиакомпанией о выделении ей блока мест на рейсе, за который турфирма производит гарантированные платежи вне зависимости от фактической заполненности этих мест. Авиакомпания предоставляет турфирме скидку с полного тарифа экономического класса в размере 40-45 %, но получает деньги за все места блока. На третьем этапе турфирма покупает у авиакомпании чартерный рейс, производя его оплату вне зависимости от реальной загрузки. На четвертом этапе турфирма арендует у авиакомпании воздушное судно, самостоятельно планируя его использование в течение месяца (по какой воздушной линии из числа тех, на полеты, по которым у авиакомпании имеются лицензии, сколько раз в неделю и когда). При этом оговаривается гарантированный налет часов и ставка его оплаты, а также ставка оплаты налета часов сверх гарантированного.

При любой из выше перечисленных выше схем сотрудничества авиакомпания при формировании загрузки своих рейсов работает не с каждым пассажиром индивидуально, а с турфирмой - оптовым покупателем перевозки. Это существенно упрощает формирование загрузки рейса и способствует ее стабилизации. Для турфирмы основное преимущество такого сотрудничества заключается в возможности получить очень льготные условия перевозки авиакомпанией.

2.2 Технология организации чартерного рейса по договору с заказчиком

Технология организации чартерного рейса в авиакомпании осуществляется отделом организации чартерных рейсов и происходит в несколько этапов,

позволяющих строго оценить и рассчитать полные расходы по рейсу, а также рентабельность и эффективность для авиакомпании. Поэтапное планирование и организация рейса приведена в таблице 1.13. Выполнение рейсов может осуществляться только при соблюдении сроков оплаты по договору или по распоряжению Генерального директора или его Заместителя.

Для оперативного планирования рейса на предприятии используется автоматизированная система «Чартер». Система «Чартер» является составной частью комплексной системы оперативного планирования рейсов и летно-штурманского обеспечения полетов и предназначена для автоматизации функции расчета и планирования основных технико-экономических показателей, расчета расходов, а также маркетинговых процедур по чартерным рейсам.

Рассмотрим основные возможности системы. Расходы по рейсу учитывают: себестоимость летного часа (по типам ВС); расходы по аэропортам (оплату по статьям расходов с учетом ставок сборов); расходы (оплату) по использованию воздушного пространства (по государствам); расходы на заявки по выполнению полета; накладные и вспомогательные расходы. Исходные данные к расчету задаются: выбором типа ВС; аэродромами вылета, посадки, запасным; маршрутом полета. На основании инженерно-штурманского расчета определяются базовые параметры: время полета; расход топлива; необходимая заправка; ограничения по коммерческой загрузке; ортодромический километраж в зонах государств. Далее, ориентируясь на тарифы и ставки сборов, система рассчитывает в заданной валюте расходы по составляющим и формирует полную калькуляцию рейса. Пользователю предоставляется возможность маркетинговых процедур (поиск оптимальных вариантов выполнения полетов, определение политики заправки самолета по маршруту, расчет себестоимости рейсов, формирование продажной стоимости по норме рентабельности и т.д.). Системой формируются расходные ордера по аэродрому взлета/посадки, счета по использованию воздушного пространства и сводная калькуляция чартерного рейса. Комплекс «Чартер» формирует и ведет: аэронавигационную базу данных; базу сведений по

авиакомпании; базу тарифов и ставок сборов по аэропортам; базу тарифов по зонам УВД; базу курсов валют.

……..

После рассмотрения современных возможностей организации чартерных рейсов можно сделать следующие выводы. Технология организации чартерных рейсов предусматривает четкую последовательность действий. Экономическая оценка эффективности чартерных перевозок и разработка мероприятий по ее повышению должны быть основаны на модернизации производственной деятельности (повышение эффективности использования воздушных судов авиакомпании). Поскольку парк воздушных судов у авиакомпании ограничен, равно как ограничены и финансовые возможности, необходимо владеть вопросами ценообразования – необходимо рассмотреть подходы, с помощью которых формируются современные авиатарифы.

2.3 Формирование тарифа на чартерные пассажирские перевозки

Современная практика регулирования цен на услуги в условиях естественной монополии свидетельствует о многообразии возможностей применения различных методов. Каждый из них обладает преимуществами и изъянами, выявление и учет которых имеет значение как при первоначальном выборе того или иного метода регулирования, так и при последующем его применении.

Основанием регулирования естественной монополии являются те потери общественного благосостояния, которые возникают в результате предоставления фирме, занимающей естественно монопольное положение, права устанавливать цены, позволяющие максимизировать экономическую прибыль. В результате не только ущемляются интересы потребителей, но и возникают чистые потери – омертвленные затраты вследствие недопроизводства товаров (услуг).

Таким образом регулирование цен на услуги в условиях естественной

монополии является средством, с помощью которого добиваются более высокой эффективности размещения ресурсов. Из экономической теории и хозяйственной практики известны различные схемы регулирования цен в условиях естественной монополии, которые в целом можно классифицировать на затратные и стимулирующие. К затратным относятся схемы, в которых основанием для определения регулируемой цены являются издержки. В связи с этим возникает проблема поиска “экономически обоснованного уровня издержек”. Обозначенной проблемы не было бы в условиях полной определенности, когда регулирующему органу известны все данные, необходимые для корректной калькуляции затрат с учетом альтернативных вариантов использования ресурсов. Затратная схема может работать вполне удовлетворительно в сравнительно простых ситуациях, которые к тому же не являются уникальными.

В свою очередь стимулирующее ценообразование не предполагает сохранения зависимости уровня цены от “одобренных затрат”. Последовательное применение данного типа ценообразования создает стимулы у производителя в поиску новых, более эффективных методов организации, а также внедрения новой техники, использования новой технологии, иными словами – нововведений, являющихся содержанием экономического развития.

Вместе с тем данная классификация не позволяет выявить существенные детали, которые позволили бы более адекватно судить о сравнительных преимуществах и недостатках различных методов ценового регулирования.

- Затратное ценообразование существует в формах ценообразования по издержкам пиковой нагрузки, ценообразования по схеме “издержки плюс” ценообразования по Рэмси для многопродуктового монополиста, а также ценообразования на основе установленных нормативов рентабельности по капиталу.

- Стимулирующее ценообразование осуществляется в формах установления предельных цен с учетом уровня инфляции и изменения производительности используемых факторов производства.

Тариф – это утвержденная в установленном порядке сумма, взимаемая авиаперевозчиком. Тарифы отличаются не только по классу обслуживания, но и по направлению следования пассажира, который называется глобальным направлением (GI – Global Indicator). Для примера, тариф экономического класса (Y) из LAX в HKG через Атлантический океан будет выше, чем тариф этого же класса через Тихий океан.

Иными словами, для правильного применения тарифа необходимо сначала определить глобальное направление, по которому будет производиться конкретная перевозка. Пассажирские тарифы и сборы (плата за остановку, за сверхнормативный багаж и т.д.) устанавливаются и публикуются в валюте страны начала перевозки или в долларах США – для стран перечисленных в резолюции ИАТА №024c/d.

Для построения тарифов для перевозок, состоящих из двух и более тарифных компонентов, либо для сравнения тарифов, опубликованных в разных валютах, ИАТА ввела понятие нейтральной единицы построения тарифа, или NUC (Neutral Units of Construction).

NUC не подлежат округлению. При получении тарифа в NUC, оставляются два знака после запятой, остальные цифры опускаются. Для местной валюты (LCF – Local Currency Fare).

Каждая валюта имеет свою степень округления и количество дробных единиц. Таблица курсов перевода и правила округления для валют, если они отличны от общего правила, публикуются в справочнике PAT.

Правила округления валют заключаются в следующем. При расчете тарифа рассматривают на одну цифру после запятой больше, чем указано в Таблице для данной валюты; остальные цифры отбрасывают. Оставшиеся цифры не учитываются. Округление в большую сторону до величины, кратной указанной в Таблице.

Расчет тарифа производится в NUC для чего тариф в местной валюте LCF (Local Currency Fare) переводится в NUC по курсу перевода страны начала

перевозки. Этот курс перевода называется ROE (IATA Rate of Exchange). IROE (Iata Rate Of Exchange) – курсы перевода, введенные ИАТА для перевода тарифа, опубликованного в местной валюте, в NUC, и для перевода рассчитанного по правилам расчета тарифов NUC, в валюту страны начала перевозки. Курсы перевода ROE публикуются Клиринговой палатой ИАТА четыре раза в год и остаются «замороженными» на три месяца. Если за этот период времени колебания какой-либо валюты составляют более 10% от установленной величины. ИАТА производит изменения IROE ранее установленного срока, поэтому необходимо сверять курс ROE для данной валюты в каждом издании тарифных справочников.

Пунктами по маршруту являются все пункты перевозки, указанные в пассажирском авиабилете. Они включают в себя пункты отправления (Origin) и назначения (Destination), пункты промежуточных остановок (Stopover Points), транзита (Transit) и пересадки (Transfers).

Перевозка в одну сторону One Way (OW) – это путь следования в одну сторону с использования тарифов OW и отвечающая следующим условиям:

- пункт отправления и пункт назначения находятся в разных странах.
- пункт отправления и пункт назначения совпадают, но имеется международный наземный участок.
- пункт отправления и пункт назначения совпадают или находятся в одной стране, при этом имеется «внутренний» наземный участок, а данная перевозка включает в себя три и более тарифных компонентов.

Перевозка туда и обратно Round Trip (RT) – это непрерывная воздушная перевозка из пункта отправления до другого пункта и обратно в пункт отправления, состоящая только из двух тарифных компонентов, для расценки которых применяются половины тарифа RT из пункта отправления. Половина тарифа RT, применяемая для компонента «туда», должна быть равна половине тарифа RT, применяемого для компонента «обратно».

Если применяемые между данной парой городов тарифы различаются по

классам обслуживания/сезонности/дням недели/условиям перевозчиков, то тариф (половина RT), применяемый для компонента «туда», должен, для целей настоящего определения, также применяться и для компонента «обратно». ИСКЛЮЧЕНИЕ: Это определение не применяется для кругосветных перевозок. При расчете тарифа на перевозке Round Trip используются тарифы 1/2RT NUC.

Перевозки Open Jaw For Special Fares (OJ) для специальных тарифов могут состоять только из двух международных тарифных компонентов и содержать как внутренний так и международный наземный участок, в зависимости от условий применения для данного специального тарифа. Специальные тарифы OJ делятся на:

- Single Open Jaw (SOJ) – перевозка с одним наземным участком, рассчитанным с использованием специальных тарифов.
- Turnaround Single Open Jaw (TSOJ) – перевозка с наземным участком между пунктами назначения;
- Origin Single Open Jaw (OSOJ) – перевозка с наземным участком между пунктом отправления и пунктом возвращения.
- Double Open Jaw (DOJ) – перевозка с двумя наземными участками, рассчитанная с использованием специальных тарифов.

Для расчета этих перевозок применяются тарифы 1/2RT. Способ расчета тарифа зависит от факта совпадения либо несовпадения страны начала перевозки со страной оформления билета. Международные Индикаторы продажи (ISI) – это указатели варианта расчета тарифа. Существует четыре индикатора продажи:

S	SALE	SITI
I	INSIDE	SOTI
T	TICKETING	SITO
O	OUTSIDE	SOTO

SITI – страна продажи и выписки билета совпадает со страной начала перевозки. SITI так же распространяется на билеты:

проданные и выписанные в странах Скандинавии для перевозки,

начинающейся в странах Скандинавии;

проданные и выписанные на территории, относящейся к США и Канаде для перевозки, начинающейся в США и Канаде.

SITO – страна продажи перевозки совпадает со страной начала перевозки, а страна выписки билета не совпадает со страной начала перевозки. SITO так же распространяется на билеты:

- проданные в странах Скандинавии, но выписанные вне пределов Скандинавии для перевозки, начинающейся на территории Скандинавии;

- проданные в США и Канаде, но выписанные вне пределов территории, относящейся в США и Канаде, для перевозки, начинающейся на территории США и Канады.

SOTI – продажа перевозки вне страны начала перевозки, а выписка билета в стране начала перевозки. SOTI так же распространяется на билеты:

проданные вне Скандинавии, но выписанные в Скандинавии, для перевозки, начинающейся в странах Скандинавии;

проданные вне территории, относящейся к США и Канаде, но выписанные на территории США и Канады для перевозки, начинающейся на территории США и Канады.

Тарифы подразделяются. По условиям применения – нормальные, специальные и льготные. По построению – сквозные и участковые. По способу определения – опубликованные, построенные и пропорциональные. Нормальные тарифы (Normal Fares)– это полные тарифы первого (F), бизнес (C) и экономического (Y)классов обслуживания, а так же тарифы второго уровня (F2/C2/Y2 соответственно), подразумевающие примечания, оговаривающее специальные условия применения этих тарифов и тарифы первого, бизнес и экономического классов со скидками для детей и инфантов (CH and IN discounts), действующее без ограничений в течение года с момента выписки билета, если перевозка не началась, и в течение года с начала перевозки по первому полетному купону, если перевозка начата.

Специальные тарифы (Special or Promotional Fares) – любые тарифы, отличные от нормальных, и публикуемых в официальных справочниках перевозчиков и на экранах систем бронирования. Льготные тарифы (Discounted Fares) – это тарифы, взятые в процентном отношении к публикуемым тарифам (процент зависит от вида скидки). Сквозные тарифы (Through Fares) – тарифы, применяемые для оплаты перевозки между Пунктом Отправления и Пунктом Назначения. Сквозной тариф может быть прямым (т.е. не требующим мильной надбавки) или с мильной надбавкой.

Участковые тарифы (Sector Fares) – это тарифы, действующие на одном из участков перевозки. Опубликованные тарифы (Published Fares) – тарифы, указанные в официальных справочниках и выведенные на экраны систем бронирования. Построенные тарифы (Constructed Fares) – тарифы, рассчитанные в соответствии с правилами построения тарифов. Пропорциональные тарифы (Add-On Amounts) – применяются для построения тарифов до внутренних пунктов страны, до которых отсутствуют прямые опубликованные тарифы этого же типа. Строятся на основе определенных правил, когда к опубликованным тарифам добавляется фиксированная величина в местной валюте или долларах США для стран с нестабильной валютой (add-on), для получения искомого тарифа.

Прямой опубликованный тариф имеет преимущество перед пропорциональным тарифом между теми же парами городов. Пропорциональный тариф рассматривается как сквозной опубликованный тариф.

Далее рассмотрим процессы разработки ценовых стратегий. Основные элементы и этапы процесса разработки ценовой стратегии представлены схематически на рисунке 2.3.

Рисунок 2.2 – Элементы и этапы процесса разработки ценовой стратегии

Приведем краткую характеристику основных стратегий ценообразования, выбираемых фирмой в условиях рынка.

1) Стратегия «снятия сливок».

Многие фирмы, создавшие защищенные патентом новинки, поначалу устанавливают на них высокие цены, чтобы «снять сливки» с рынка. Практикой «снятия сливок» часто пользуются корпорации «Дюпон», «Полароид» и пр. На свои новые изобретения они устанавливают самые высокие цены, которые только возможно запросить. Производитель назначает такую цену, при которой новый материал воспринимают лишь некоторые сегменты рынка, После того как начальная волна сбыта замедляется, корпорация снижает цену, чтобы привлечь следующий эшелон клиентов, которых устраивает новая цена. И тем самым снимает максимально возможные финансовые «сливки» с самых разных сегментов рынка. Использование метода «снятия сливок» с рынка имеет смысл при следующих условиях:

– наблюдается высокий уровень текущего спроса со стороны достаточно большого числа покупателей;

– издержки мелкосерийного производства не настолько вы соки, чтобы свести на нет финансовые выгоды компании;

– высокая начальная цена не будет привлекать новых конкурентов;

– высокая цена поддерживает образ высокого качества товара.

2) Стратегия прочного внедрения на рынок.

Другие фирмы, наоборот, устанавливают на свою новинку сравнительно низкую цену в надежде на привлечение большого числа покупателей и завоевание большой доли рынка. Для этого на товар устанавливают минимально возможную цену, тем самым фирма завоевывает большую долю рынка, сокращает издержки производства и по мере их сокращения продолжает постепенно снижать цену. Установлению низкой цены благоприятствуют следующие условия: рынок очень чувствителен к ценам, и низкая цена способствует его расширению; с ростом объемов производства его издержки, а также издержки по распределению товара

сокращаются; низкая цена непривлекательна для существующих и потенциальных конкурентов.

Стратегия психологических цен.

Эта стратегия сводится к тому, что цены устанавливаются ниже круглых сумм, например 99 руб., 995 руб. Эта стратегия популярна по нескольким причинам психологического свойства. Покупателям нравится получать сдачу, администрация торгового предприятия обеспечивает при этом надлежащую фиксацию сделки и технические операции по приему денежных средств потребителя (создает необходимый запас «мелочи»). У последнего, естественно, создается впечатление, что производитель и продавец тщательно анализируют свои цены и устанавливают их на минимально возможном уровне.

У потребителя может также сложиться впечатление, что цена ниже круглой, например 994 руб., - это сниженная цена на товар, рассматриваемая как скидка с 1000 руб. Американская торговая практика в области применения неокруглённых цен накопила некоторые ценные рекомендации. Так, в диапазоне до 4 USD часто встречаются цены на несколько центов ниже следующего круглого числа (29 центов, 2,98 USD). При ценах до 50 USD более распространены отклонения в 5 центов (19,95 USD, 49,95 USD). Для дорогостоящих товаров также цены заканчиваются целыми долларами (499 USD, 7995 USD).

Неокругленные цены помогают потребителям оставаться в пределах своих покупательных возможностей, корректируемых ценовыми уровнями, и тем не менее приобретать наилучший, по их представлениям, товар в этом стоимостном классе. Покупатель, готовый израсходовать до 10 USD за галстук, истратит на него 9,95 USD с такой же вероятностью, что и 9 USD, поскольку его возможность сделать данную покупку попадает в им же определенный для себя ценовой интервал.

Стратегия престижных цен.

Стратегия престижных цен заключается в том, что на товар назначается очень высокая цена. Эта цена, по мнению покупателя, свидетельствует о

престижности товара и его высоком качестве, хотя на самом деле этот товар может столько и не стоить.

Примером таких товаров может являться парфюмерия. На духи назначается очень высокая цена. Покупатель, видя эту цену, сразу для себя определяет, что это, во-первых, высококачественные и неподдельные духи, а во-вторых, что такой ценой могут обладать только очень престижные и известные духи. Но в действительности эти духи могут стоить в десять раз меньше предлагаемой цены, тем самым покупатель переплачивает за товар, но зато остается морально удовлетворенным, что приобрел высококачественный товар.

Стратегия комплектного ценообразования.

Стратегия комплектного ценообразования заключается в том, что основной товар предлагается вместе с дополняющими этот товар предметами. Эта стратегия обращена к покупателям, которые чувствительны к ценам. Примерами таких товаров могут являться станок бритвы и лезвия, камера и пленка, автомобили и запчасти, видео и кассеты, авиаперевозка и проживание в гостинице (турпакет). Покупатель ощущает, что, приобретая несколько товаров за одну цену, он выигрывает в цене по сравнению с этими же товарами, купленными отдельно. Хотя на самом деле цены этой стратегии построены так, что покупатель переплачивает за товар. Но для покупателя имеется и свой плюс: ему не приходится анализировать цены каждого предмета из предложенного товара и не приходится искать этот совокупный товар. Не надо прилагать дополнительные усилия, зная, что одной ценой можно удовлетворить сразу две потребности. Важным является установление цены отталкиваясь от затрат. Методом ценообразования на основе издержек является расчет с обеспечением целевой прибыли. Авиакомпания стремится установить цену, которая обеспечит ей желаемый объем прибыли.

Разница между безубыточным объемом перевозок и максимальным объемом перевозок, который может быть достигнут согласно прогнозам, носит название запаса финансовой прочности, так как показывает, насколько больше

перевозок авиакомпания может надеяться выполнить сверх объема, обеспечивающего ей достижение безубыточности. Чем этот запас меньше, тем рискованнее браться за перевозки на данной авиалинии.

Любой прогноз - включая и прогноз авиаперевозок - имеет заданную точность. Редко погрешность прогноза бывает менее 5%. И значит, если запас финансовой прочности составляет лишь 5-7% общего объема продаж, которого авиакомпания надеется добиться, то велика опасность того, что на практике авиакомпания может не только не получить от перевозок на данной авиалинии прибыль, но и не добиться безубыточности.

На основании проведенного анализа в дипломном проекте будут разработаны мероприятия: прогнозирование роста объема продаж туристических услуг в зимний период, увязанных с чартерными рейсами, во взаимосвязи с транспортной составляющей в стоимости турпакета; выбор воздушного судна, наиболее близкого к эксплуатируемым, оснащенного местами бизнес-класса для осуществления чартерных перевозок; расчет себестоимости летного часа воздушного судна; формирование оптимального соотношения стоимости чартерных перевозок и стоимости турпакета; экономическая оценка прироста объема перевозок и роста доходов;

3 Разработка мероприятий повышения эффективности субсидируемых рейсов

3.1 Прогнозирование объемов перевозок пассажиров и анализ чартерной авиатранспортной составляющей

Для повышения эффективности чартерных рейсов авиакомпании проведем прогнозирование пассажиропотоков в зимний период путем построения прямой линии, которая наилучшим образом аппроксимирует имеющиеся данные. Расчет коэффициентов прямой линии будем проводить методом наименьших квадратов.

3.2 Расчет себестоимости рейса при использовании воздушного судна с наличием мест бизнес-класса

В настоящий момент авиакомпанией рассматривается приобретение двух дальнемагистральных самолетов Боинг 767-300, вмещающих 300 пассажиров. Однако данные воздушные суда не предусматривают места бизнес-класса. Рассмотрим характеристики аналогичного самолета, но с компоновкой в виде двух пассажирских салонов.

3.3 Оценка эффективности мероприятий

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные авиакомпании работают в различных рыночных условиях и вынуждены приспосабливаться к требованиям рынка, учитывать наличие конкурентов и их поведение.

Целью дипломного проекта была разработка мероприятий повышения эффективности субсидируемых рейсов в южные районы России на примере АК «ВИМ-Авиа». Ситуация усложнялась тем, что авиакомпания в последние годы имела большой удельный вес задержек рейсов, что сказалось на эффективности ее работы.

В результате выполнения дипломного проекта проанализирована деятельность авиакомпании на рынке чартерных перевозок; проанализированы показатели финансовой деятельности авиакомпании, дана оценка уровня финансовой самостоятельности авиакомпании на рынке чартерных перевозок; рассмотрены существующие подходы к анализу спроса на услуги чартерных перевозок, а также технологии организации чартерных рейсов с целью повышения их эффективности; выявлены недостатки осуществления чартерных рейсов авиакомпании; разработаны мероприятия по повышению эффективности чартерных рейсов; дана экономическая оценка мероприятиям.

В настоящее время, на фоне общего экономического спада и падения объемов как пассажирских, так и грузовых перевозок на всех видах транспорта, главной задачей авиакомпании является сохранение имеющегося потенциала. Повышение эффективности авиперевозок было возможно только за счет улучшения самого процесса перевозок. Использование дальнемагистрального самолета Боинг-767-300 с компоновкой местами бизнес-класса позволило значительно привлечь пассажиров на дальних маршрутах, например таких, как Красноярск-Бангкок в зимний период.

Было проведено прогнозирование объема перевозок на данном сегменте рынка и определено, что рост перевозок будет очень значительным,

следовательно услуга будет пользоваться большим спросом.

Авиакомпания ВИМ-Авиа должна быть готова к увеличению объемов перевозок до 6 раз (темпы роста к февралю-апрелю могут достигнуть 400%-500%). Поскольку рынок туристических услуг сегодня активно восстанавливается после кризисного периода и развивается, спрос на туристические пакеты, а следовательно, и чартерные перевозки будет возрастать. В этой ситуации почти все современные авиакомпании начинают увеличивать предложение авиауслуг.

Поскольку политика авиакомпании ВИМ-Авиа строилась таким образом, что при организации туристических перевозок по чартерным рейсам происходило очень высокое наполнение воздушного судна, то загрузка пассажирских кресел на большинстве рейсов – 100%. Показанное в расчетах возможное увеличение количества пассажиропотока потребует приобретения дополнительных воздушных судов.

Отказ от невозвращаемых авиабилетов, в пользу которого выступила Федеральная антимонопольная служба, приведет к удорожанию тарифов на чартерные перевозки на 20-40%, при том что на ряде направлений стоимость авиаперевозки составляет примерно половину цены всего турпакета. Доля авиатранспортной составляющей в стоимости турпакета колеблется от 49 до 55%, что вызвано высокими ценами на авиатопливо. В этих условиях использование воздушного судна с местами бизнес-класса не должно приводить к удорожанию стоимости перелета пассажиров экономического класса.

Расчеты показали, что себестоимость летного часа такого самолета составила X руб. Основную долю себестоимости занимают АвиаГСМ – 53,73%. Прочие производственные и общехозяйственные расходы имеют вес в 10,16%. Расходы на питание пассажиров и экипажа – 13,9%.

Использование самолета Boeing 767-300 с конфигурацией мест бизнес-класса позволит привлечь дополнительных клиентов в туристические компании, а, значит, потребность в парке ВИМ-Авиа будет только возрастать.

Использование Boeing 767-300 в конфигурации с местами бизнес-класса

привело к тому, что себестоимость перевозки пассажиров эконом-класса не должна возрастать. В проекте рассчитано, что к стоимости турпакета при желании клиента использовать бизнес-класс необходимо добавить стоимость в X руб.

В результате мероприятий проектируемый показатель чистой прибыли возрастает почти на 42% при прочих равных условиях. Рост рентабельности собственного капитала планируется на 11,2%, что говорит о повышении эффективности собственных средств.

Увеличение комплексного показателя банкротства говорит о еще более низкой вероятности банкротства предприятия чем, до внедрения мероприятий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Авиационная наземная техника: Справочник. Под ред. В. Е. Канарчука. - М.: Транспорт, 1989. - 278с.

2 Акулов, Владимир Борисович. Теория экономической организации: учебное пособие / В.Б. Акулов; Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования Петрозав. гос. ун-т. – ПетрГу, 2009. – 294 с.

3 Анализ и диагностика финансово–хозяйственной деятельности предприятий: учебник / под ред. проф. В.Я. Позднякова. – М.: ИНФРА-М, 2008. - 617 с.

4 Анализ финансово–хозяйственной деятельности предприятий: учебник для студентов вузов / Л.С. Васильева, Е.М. Штейн, М.В. Петровская; ред. Е.М. Штейн. - М.: Экзамен, 2008. – 319 с.

5 Антикризисное управление на предприятии: финансовый и системный аспекты: монография / А. С. Большаков ; С.-Петерб. Гуманит. Ун-т профсоюзов. – С-Пб.: Изд-во СПбГУП, 2011. – 484 с.

6 Архипова, А. И. Экономика: учеб. / А. И. Архипова, А. Н. Нестеренко, А. К. Большакова. – М.: Прометей, 2002. – 239 с.;

7 Баканов, М. И. Теория экономического анализа: учеб. / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет – Изд. 4-е. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 276 с.

8 Барткова, Наталья Николаевна. Амортизационная политика: формирование и анализ: монография / Н.Н. Барткова, Н.Н. Крупина. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 300 с.

9 Безруких, П.С. Бухгалтерский учет: учеб. / П.С. Безруких. – Изд. 7-е, перераб. и доп. – М.: Бухгалтерский учет, 2008. – 311 с.;

10 Белинский, И.А., Самородов Ю.А., Соколов В.С. Зимнее содержание аэродромов. - М.: Транспорт, 1982. - 193 с.

11 Белова, Тамара Аркадьевна. Технология и организация производства продукции и услуг: учебное пособие для студентов вузов / Т.А. Белова, В.Н. Данилин. – М.: КноРус, 2011. – 236 с.

12 Бизнес-аналитика: от данных к знаниям: учеб. пособие / В.И. Орешков, Н.Б. Паклин. 2-е изд., исправ. – С-Пб.: Питер, 2013. – 704 с.

13 Бордунов, В. Д. Международное воздушное право / В. Д. Бордунов – М.: Авиабизнес, Научная Книга, 2007. – 464 с.

14 Борисевич, В. И. Планирование национальной экономики, отраслей и регионов, предприятий / В. И. Борисевич, А. И. Ильин, О. Н. Ерофеева. - Мн.: Совр. шк., 2008. – 576 с.

15 Бухгалтерский и налоговый учет в коммерческих организациях: учеб. пособие. Стандарт третьего поколения / И.Н. Томшинская. – С-Пб.: Питер, 2013. – 336 с.

16 Васильев, Сергей Иванович. Основы промышленной безопасности: учебное пособие для студентов вузов: в 2 ч. / С.И. Васильев, Л.Н. Горбунова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Сиб. федерал. ун-т. – Красноярск: СФУ, 2013. – Ч.1. – 501 с.

17 Васин, Сергей Михайлович. Управление рисками на предприятии: учебное пособие / С.М. Васин, В.С. Шутов. – М.: КноРус, 2011. – 298 с.

18 Васина, А. А. Финансовая диагностика и оценка проектов / А. А. Васина – СПб.: Питер, 2007. – 448 с.

19 Вдовенко, Людмила Афанасьевна. Информационная система предприятия: учеб.-метод. пособие для студентов вузов, аспирантов, магистров эконом. вузов / Л.А. Вдовенко. – М.: вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. – 236 с.

20 Велихов, Евгений Павлович. Промышленность, инновации, образование и наука в России / Е.П. Велихов, В.Б. Бетелин, А.Г. Кушниренко; Рос. АН, НИИ системных исследований. – М.: Наука, 2009. – 141 с.

21 Воздушный кодекс РФ от 19 марта 1997 г. N 60-ФЗ (с изменениями от 8 июля 1999 г., 22 августа, 2 ноября, 29 декабря 2004 г., 21 марта 2005 г., 18 июля, 30 декабря 2006 г., 26 июня, 8 ноября, 1, 4 декабря 2007 г., 14, 23 июля, 30 декабря 2008 г., 18 июля 2009 г., 07 февраля 2012 г.).

22 Воронцова, Алла Николаевна. Управление контролем в системе менеджмента качества : учебник для студентов вузов / А.Н. Воронцов, Ю.Н. Полянчиков, А.Г. Схиртладзе. – 2-е изд., перераб. и доп. – Старый Оскол: ТНТ, 2012. – 297 с.

23 Гавриш, Валентина Владимировна. Экономика организации: учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Гавриш, Е.Г. Григорьева; СИБ. федерал. ун-т. – Красноярск: ИПК СФУ, 2011. – 290 с.

24 Генкин Б. М. Основания экономической теории и методы организации эффективной работы: учеб. / Б. М. Генкин – М.: Норма, 2007. – 400с.;

25 Генкин, Борис Михайлович. Организация, нормирование и оплата труда на промышленных предприятиях: учебник для студентов вузов / Б.М. Генкин. – 5-е изд., изм. и доп. М.: Норма, 2008. – 478.

26 Герасименко, Г. П. Управленческий, финансовый и инвестиционный анализ: практикум: учеб. пособие / Г. П. Герасименко, Э. А. Маркарьян, Е. П. Шумилин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. ; Ростов-на-Дону: Март, 2008. – 160 с.

27 Герчикова, Ирина Никоновна. Менеджмент = Management: учебник для вузов [Гриф Минобразования РФ] / И.Н. Герчикова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2011. – 499 с.

28 Головачев, А. С. Экономика предприятия : учеб. пособие: в 2 ч. Ч. 1 / А. С. Головачев. - М.: Вышэйш. шк., 2008. – 447 с.

29 Головачев, А. С. Экономика предприятия: учеб. пособие для вузов: в 2 ч. Ч. 2 / А. С. Головачев. - Мн.: Вышэйш. шк., 2008. – 464 с.

30 Горелик, Сергей Викторович. Инжиниринговые методы реструктуризации предприятий / С.В. Горелик; науч. ред. Т.Д. Бурменко; Байкал. гос. ун-т экономики и права. – Иркутск: Издательство БГУЭП, 2009. – 181 с.

31 Горецкий, Л. И. Эксплуатация аэродромов: Учебник для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Транспорт, 1986. - 280 с.

32 Гродский, Владимир Сергеевич. Экономикс: учебное пособие / В.С. Гродский. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2013. – 220 с.

33 Грузинова, В. П. Экономика предприятия: учеб. / В. П. Грузинова. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 254 с.

34 Губенко Экономика воздушного транспорта: учеб. пособие / А. И. Губенко, М. П. Смуров, Д. Черкашин – Питер, 2009. – 288с.;

35 Губенко, В. И. Экономика воздушного транспорта / В. И. Губенко, М. Р. Смуров, Д. П. Черкашин – М.: Питер, 2009. – 527с.

36 Диденко, Николай Иванович. Мировая экономика: методы анализа экономических процессов: учеб. пособие / Н.И. Диденко. – М.: Высшая школа, 2008. – 782 с.

37 Дмитриев, В. А. Экологические проблемы гражданской авиации: учеб./ В.А. Дмитриев – М.:2001г. – 87 с.;

38 Дробышева, Лариса Алексеевна. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие / Л.А. Дробышева. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2013. – 149 с.

39 Дубровин, Игорь Александрович. Организация и планирование производства на предприятии: учебник для студентов вузов / И.А. Дубровин. – М.: КолоС, 2008. – 358 с.

40 Егиазаров, В. А. Транспортное право: учеб. /В. А. Егиазаров – М.: Юстицинформ, 2007.- 552 с.

41 Елисеев, Б. П. Воздушные перевозки / Б. П. Елисеев – М.: Дашков и Ко, 2011. – 424 с.

42 Кантор, Е. Л. Экономика предприятия: учеб. / Е. Л. Кантор – М.: Питер, 2007. – 427 с.

43 Карабан, Г.Л., Баловнев В. И. Машины для содержания и ремонта автомобильных дорог и аэродромов. - М.: Машиностроение, 1975. - 368 с.

44 Кашина, Екатерина Владимировна. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Е.В. Кашина, Е.В. Бочарова; Сиб. федерал. ун-т. – Красноярск: ИПК СФУ, 2012. – 100 с.

45 Кобелев, Николай Борисович. Имитационное моделирование: учебное пособие / Н.Б. Кобелев, В.А. Половников, В.В. Девятков; под общ. ред. Н.Б. Кобелева. – М.: КУРС: ИНФРА-М, 2013. – 360 с.

46 Кобелев, О. А. Электронная коммерция: учеб. пособие для вузов / О. А. Кобелев; под ред. С. В. Пирогова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2008. – 684 с.

47 Ковалев В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник для вузов / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. - М.: Проспект, 2008. – 424 с.

48 Ковалев, В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности: учеб. / В. В. Ковалев – М.: Финансы и статистика, 2004. – 234 с.;

49 Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: электронный учебник для вузов. – М.: КноРус, 2009. - CD-R.

50 Корень, А. В. Доклад генерального директора Центра стратегических разработок в гражданской авиации (ЦСР ГА) на 1-й международной конференции «Наземное обслуживание в аэропортах», 7 сентября 2011 года

51 Костромина, Е. В. Авиатранспортный маркетинг: учеб. пособие / Е. В. Костромина – НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2005. – 203 с.

52 Костромина, Е. В. Экономика авиакомпании в условиях рынка: учеб. / Е. В. Костромина – Изд. 4-е стер., - М.: НОУ ВКШ "Авиабизнес", 2002. - 304 с.

53 Логистика снабжения: учебник для вузов / Афанасенко И. Д., Борисова В. В. — С-Пб.: Питер, 2011 г. — 336 с.

54 Мерзликина, Наталья Викторовна. Управление качеством: учеб. пособие Н.В. Мерзликина, А.А. Недбай; Сиб. федерал. ун-т. – Красноярск: ИПК СФУ, 2008. – 210 с.

55 Налогообложение коммерческой деятельности: учеб. пособие / Т.Н. Оканова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 287 с.

56 Наставление по аэродромной службе аэропортов гражданской авиации СССР (НАС ГА — 87). — М.: Воздушный транспорт, 1987.

57 Парментер, Дэвид. Ключевые показатели эффективности. Разработка, внедрение и применение решающих показателей: пер. с англ. / Д. Парментер. – М.: Олимп-бизнес, 2008. – 258 с.

58 Первова, И. Г. Экология на транспорте: учеб. пособие для вузов / И. Г. Первова, 2003г. – 80 с.

59 Поздняков, В. Я. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. / В. Я Поздняков. – М.:ИНФРА-М, 2009. - 617;

60 Практикум по экономике предприятия: учебное пособие / Л. Н. Чечевицына, О. Н. Терещенко. - изд. 2-е. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. - 251 с.

61 Приказ «Об аэронавигационных и аэропортовых сборах, тарифах за обслуживание воздушных судов эксплуатантов Российской Федерации в аэропортах и воздушном пространстве Российской Федерации»;

62 Приказ Министерства транспорта Российской Федерации (Минтранс России) «Об утверждении федеральных авиационных правил «Сертификационные требования к юридическим лицам, осуществляющим аэропортовую деятельность по обеспечению обслуживания пассажиров, багажа и почты» от 23 июня 2003 г № 150

63 Приказ Минтранса РФ от 28 июня 2007 г. N 82 Об утверждении Федеральных авиационных правил «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей» (с изменениями от 8 октября 2008 г.).

64 Руководство по всепогодным полетам. Глава 6 Утверждение и внедрение эксплуатационных минимумов аэродрома;

65 Сироткин, Владислав Борисович. Современные тенденции и проблемы экономического развития: учеб. пособие / В.Б. Сироткин. – М.: Высшая школа, 2009. – 384 с.

66 Современная экономическая наука: учебное пособие для студентов вузов / Н.Н. Думная и др.; под. д.э.н., прод. Н.Н. Думной, д.э.н., проф. И.П. Николаевой. – М.: ЮНИТИ: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 534 с.

67 Современный менеджмент: учебник / Ю. А. Маленков. – М.: Экономика, 2011. – 439 с.

68 Справочник директора предприятия / под ред. М. Г. Лапусты. - М.: ИН-ФРА-М, 2008. – 912 с.

69 Справочник экономиста-менеджера: в двух частях / под ред. проф., д-ра экон. наук А.М. Адамчука. – 2-е изд., перераб. и доп. – Старый Оскол: ТНТ, 2009. – Ч.2. – 515 с.

70 / А.А. Томсон, А.Дж. Стрикленд. - М.: ЮНИТИ, Закон и право, 2008 г. - 575 с.

71 Стратегический менеджмент: учебник для вузов. / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Магистр, 2011. – 525 с.

72 Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления: учебное пособие для вузов / М. А. Чернышев; под ред. М. А. Чернышева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. – 507 с.

73 Стратегическое планирование / И. Ансофф. – М.: Экономика, 2009. – 519 с.

74 Травников, А. И. Воздушный кодекс Российской Федерации. постатейный комментарий. Серия: Business Court / А. И. Травников, В. Г. Ермошкин, С. И. Коровин, А. Н. Петров – М.: Деловой двор, 2009. – 332 с.

75 Управление качеством: учеб. пособие для вузов: в 2-х т. / С.А. Гладышев. – 2-е изд., перераб и доп. – Старый Оскол: ТНТ, 2012. Т.2: Управление качеством. – 2012. – 483 с.

76 Управление качеством: учебник / С. Ильенкова. 4-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 287 с.

77 Управление продажами: учебник для вузов / А. Г. Голова. - М.: Дашков и К, 2011. - 278 с.

78 Финансы и кредит: учебное пособие / Н.В. Балихина, М.Е. Косов. 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 303 с.

79 Финансы организаций (предприятий) / Н.В. Колчина. - М.: Юнити, 2012. - 407 с.

80 Черняк, Виктор Захарович. Экономика города: учеб. пособие для вузов / В.З. Черняк, А.В. Черняк, И.В. Довдиенко. – М.: КНОРУС, 2011. – 359 с.

81 Четыркин, Е. М. Методы финансовых и коммерческих расчетов: учеб. / Е. М. Четыркин – М.: Дело ЛТД, 2000. – 88 с.

82 Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа: учеб. / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфуллж – М.: Инфра-М, 2001. – 412 с.;

83 Шишков, А.Ф. Теория и практика зимнего содержания аэродромов. Шишков, А.Ф., Запорожец В.В., Билякович О.Н. Аэропорт.. – К.: Друкарня Діаринт, 2006.- 194 с.

84 Шмидт, Е. В. Экономика предприятия воздушного транспорта: метод. указания к выполнению курсовой работы для студентов / Е. В. Шмидт – Красноярск: ИПЦ КГТУ, 2004. – 32 с.

85 Шуклов, Лев Викторович. Финансовый менеджмент в условиях кризиса: опыт компаний малого и среднего бизнеса / Л.В. Шуклов; науч. ред. С.В. Лаптев. – М.: URSS: Либроком, 2011. – 234 с.

86 Щепетова, Светлана Евгеньевна. Менеджмент и экономика качества: от естественного к формальному , от формального к естественному / С.Е. Щепетова. – М.: URSS: КомКнига, 2011. – 508 с.

87 Щербаков, В. А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учеб. / В. А. Щербаков, Н. А. Щербакова. – М. : Омега-Л, 2006. — 288 с.;

88 Экономика воздушного транспорта: учебник для вузов / А.В. Губенко, М.Ю. Смуров, Д.С. Черкашин. – С-Пб.: Питер, 2009. – 288 с.

89 Экономика предприятия: учебное пособие / О.И. Волков, В.К. Скляренко. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 280 с.

90 Экономика: учеб. пособие для студентов вузов / ред. Ю.Ф. Симонов. – 2-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 478 с.

91 Экономика: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / А.В. Лабудин. – С-Пб: Питер, 2013. – 368 с.

92 Экономическая энциклопедия. - М.: Экономика, 2009. - 1055 с.

93 Экономический словарь / отв. ред. А.И. Архипов. – М.: Проспект, 2009. – 620 с.

94 Энциклопедия безопасности авиации / под ред. Н.С. Куклика. – Киев: Техника, 2008. – 999 с.

95 www.aex.ru;

96 www.ato.ru;

97 www.avia.ru;

98 www.cfin.ru

99 www.favt.ru

100 www.finanalis.ru

101 www.gks.ru

102 www.mak.ru;

103 www.tch.ru;

104 www.yemelyanovo.ru.