

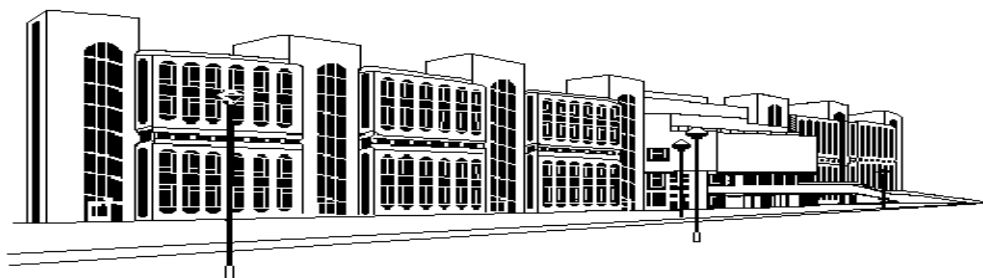


ISSN 2079-0619

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК МГТУ ГА

№ 181



Москва
2012

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ» (МГТУ ГА)**

НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК МГТУ ГА

№ 181 (7)

Издается с 1998 г.

**Москва
2012**

Научный Вестник МГТУ ГА решением Президиума ВАК Министерства образования и науки РФ включен в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук.

Главная редакция

Главный редактор - заслуженный юрист РФ, д-р юрид. наук,
проф. Б.П. Елисеев (МГТУ ГА)

Зам. главного редактора - д-р техн. наук, проф. Е.Е. Нечаев (МГТУ ГА)

Ответственный секретарь главной редакции - д-р техн. наук, доц. О.Г. Феоктистова
(МГТУ ГА)

Члены главной редакции - д-р экон. наук, проф. Б.В. Артамонов (МГТУ ГА);
д-р филос. наук, проф. О.Д. Гаранина (МГТУ ГА);
д-р техн. наук, проф. Л.Н. Елисов (МГТУ ГА);
д-р экон. наук, проф. В.А. Казаков (МГУ им. М.В. Ломоносова);
заслуженный деятель науки РФ, д-р техн. наук,
проф. В.Т. Калугин (МГТУ им. Н.Э. Баумана);
заслуженный деятель науки и техники РФ,
д-р физ.-мат. наук, проф. А.И. Козлов (МГТУ ГА);
д-р техн. наук, проф. В.Л. Кузнецов (МГТУ ГА);
д-р техн. наук, проф. С.В. Кузнецов (МГТУ ГА);
заслуженный деятель науки и техники РФ,
д-р физ.-мат. наук, проф. Д.С. Лукин (МФТИ);
д-р техн. наук, проф. В.В. Соломенцев (НТЦ «Промтехаэро»);
заслуженный деятель науки РФ, д-р техн. наук,
проф. В.Г. Ципенко (МГТУ ГА);
д-р техн. наук, проф. В.С. Шапкин (ГосНИИ ГА)

Редакционная коллегия выпуска

Ответственный редактор выпуска - д-р экон. наук, проф. А.А. Фридлянд (МГТУ ГА)
Ответственный секретарь выпуска - канд. экон. наук Г.В. Кренева (МГТУ ГА)

E-mail: g.kreneva@mstuca.aero

тел. +7(499)459-04-93

ISBN 978-5-86311-839-0

Плата за публикацию в Научном Вестнике МГТУ ГА с аспирантов не взимается

**НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК
МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ**

№ 181 (7)

2012

СОДЕРЖАНИЕ

Акбулатов Т.Э., Журавлев Ю.А. Оценка эффективности различных путей развития регионального авиатранспортного комплекса РФ.....	5
Андреев А.В. Методические основы формирования показателей оценки конкурентоспособности аэропорта.....	12
Андреев А.В. Структура и взаимодействие элементов системы обеспечения конкурентоспособности для предприятий отрасли воздушного транспорта.....	19
Артамонов Б.В. Проблемы адаптации организационных структур авиакомпаний к изменению рыночной конъюнктуры.....	25
Белавинцев И.А. Государственная поддержка пассажирских перевозок на внутрироссийских воздушных линиях.....	30
Борзова А.С., Железная И.П. Ключевые показатели деятельности авиакомпании.....	35
Вороницына Г.С., Ребезова М.И., Суринов Р.Т. Тенденции развития пассажирских перевозок и дополнительных услуг в гражданской авиации.....	39
Велапатиньо Сэнди. Аэропорт как логистический и распределительный центр для повышения национальной и региональной конкурентоспособности.....	46
Золотарева Д.А. Экономическая оценка обеспечения безопасности авиаперевозок.....	50
Костин В.И. Цели и задачи экономического развития России.....	54
Кузнецов А.А., Ву Данг Куанг Чунг. Качество услуг как основа успеха авиаброкерских фирм.....	61
Лебедева Л.А. Использование метода «Пситрансактный анализ» для увеличения синергетического эффекта.....	66
Лебедева Л.А., Ву Данг Куанг Чунг. Особенности формирования корпоративной культуры кластера.....	71
Литвинов Н.Н. Стратегии продвижения продукции авиационно-промышленных предприятий России в Азиатско-Тихоокеанском регионе.....	77
Малышев Р.Г. Действующая система сертификации в области организации воздушного движения и концепция её оптимизации.....	84
Наумова Д.А. Методики оценки регулярности полетов авиакомпаний.....	90
Палаткина А.В., Степанова Н.И. Ошибки, возникающие при создании и внедрении системы ключевых показателей.....	94
Пименова Ж.В. Танец в рекламе как способ управления сознанием.....	98
Поздеев В.И. Организация профессионального обучения персонала на предприятии.....	103
Степаненко С.В. Направления модернизации системы авиатопливного обеспечения в аэропортах гражданской авиации России.....	108
Тархов С.В., Минасова Н.С., Шагиева Ю.Р. Моделирование бизнес-процесса подбора сотрудников в системе управления персоналом.....	114

Точилин О.В. Реальные опционы в инновационно-инвестиционном проектировании авиационных комплексов.....	119
Фридланд А.А., Мордасов О.Д. Структура рынка региональных и местных воздушных перевозок Российской Федерации.....	124
Фридланд А.А., Чубукова Т.П., Кулешова Ю.Л. Динамика отраслевого роста и финансово-экономическое состояние авиакомпаний.....	130
Чубуков А.П. Рынок региональных перевозок США.....	137
Шурдукова Т.И. Способы управления экипажем воздушного судна в экстремальной ситуации	143
Бамбаева Н.Я., Атабекян Р.А. Методика статистического анализа финансовых результатов деятельности коммерческого банка.....	148

УДК 338.47

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ПУТЕЙ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО АВИАТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСА РФ

Т.Э. АКБУЛАТОВ, Ю.А. ЖУРАВЛЕВ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Фридляндом А.А.

Произведены анализ существующего положения и сравнительная оценка различных путей развития наземной инфраструктуры и самолетного парка региональных авиакомпаний России по критерию минимизации совокупных приведенных издержек потребителей транспортных услуг на примере авиатранспортного комплекса п. Бор Красноярского края.

Ключевые слова: авиатранспортный комплекс, наземная инфраструктура, самолетный парк, региональные авиакомпании, совокупные приведенные издержки.

Транспорт – одна из ключевых составляющих экономической системы. Обеспечивая связь между ее элементами, он влияет на развитие взаимодействия внутри системы. Основной задачей транспорта является снижение совокупных транспортных издержек при обеспечении необходимых экономических связей, что требует достижения необходимого объема и оптимальной структуры пропускной способности различных видов транспорта.

Пути решения этой задачи при различных формах экономического устройства будут неодинаковы. В условиях рынка, характеризующегося большим количеством относительно независимых элементов в рамках как всей экономической системы, так и транспортной системы в частности, достижение баланса предполагается за счет действия рыночных сил, соотношения спроса и предложения. В этом случае процесс достижения баланса пропускной способности становится существенно более сложным для прогнозирования и регулирования. Отсутствие требуемого баланса как между отдельными видами транспорта, так и в системе «транспортная инфраструктура – транспортные средства» ведет к росту совокупных транспортных издержек, тем самым становясь фактором, сдерживающим развитие всей экономической системы.

Система воздушных перевозок России в 1990-е годы пережила глубокий спад (перевозки упали более чем на 75%). Спад особенно сильно сказался на наземной инфраструктуре гражданской авиации – аэропортовая сеть страны сократилась более чем на 50%. При этом наличие самолетно-вертолетного парка обеспечило резервы для восстановления объема перевозок.

В результате по итогам прошедшего десятилетия гражданская авиация оказалась одной из наиболее динамично растущих отраслей экономики страны (среднегодовой темп прироста пассажиропотока в натуральном выражении составил 10%, рис. 1). Такой высокий темп роста был обусловлен общим ростом экономики и деловой активности в стране, а также эффектом низкой базы и наличием у авиакомпаний избыточного количества самолетно-вертолетного парка. При этом различные сегменты рынка продемонстрировали различную динамику.

Наиболее сильный рост перевозок пришелся на магистральные перевозки из московского авиационного узла [1]. Стабильно растущий платежеспособный спрос на авиаперевозки и наличие достаточных резервов воздушных судов позволили столичным авиакомпаниям в 2007-2010 гг. провести поэтапную реновацию своего парка без ущерба для рынка.

Обратную динамику продемонстрировал другой сегмент рынка - местные перевозки, за последние 10 лет объем перевозок здесь практически не изменился. Учитывая специфику и существующую географию местных перевозок (Сибирь и Дальний Восток), стагнацию в сегменте можно связать с макроэкономической ситуацией в данных регионах.

Как итог, за прошедшее десятилетие региональные авиакомпании не смогли сформировать сколько-нибудь достаточные резервы для проведения поэтапной реновации флота. Между тем,

назначенный ресурс большинства эксплуатируемых сегодня региональных самолетов (прежде всего Ан-24) истекает к 2015 году, а следовательно, в ближайшие 2-3 года проблема замены

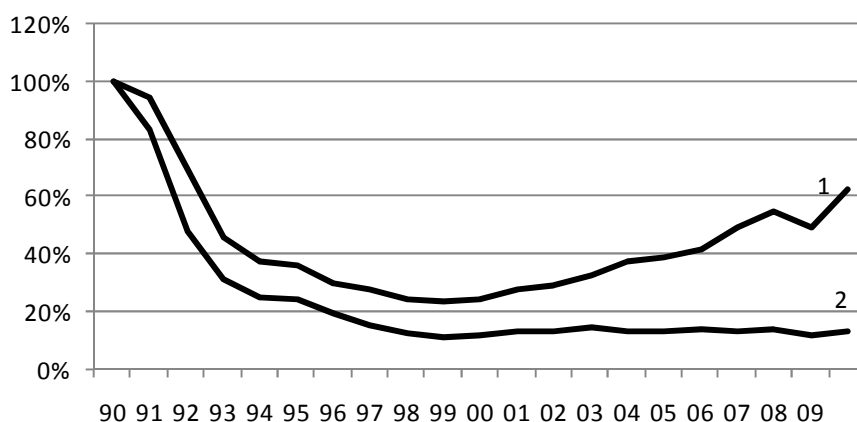


Рис. 1. Динамика изменения пассажиропотока гражданской авиации России к уровню 1990 года: 1 - всего и 2 - на местных авиалиниях

устаревших самолетов встанет особенно остро. Учитывая социальную значимость местных перевозок, представляется, что эта проблема будет решена, в том числе, за счет использования государственных средств. Весьма вероятно, что реализация крупных инвестиционных проектов в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке привлечет внимание к вопросу реновации флота и частного капитала промышленных корпораций.

Очевидно, что выбор путей реновации флота, с одной стороны, будет ограничиваться возможностями существующей наземной инфраструктуры, а с другой (что особенно важно), будет формировать требования к ее дальнейшему развитию. Сохранившаяся на сегодня сеть региональных аэропортов и посадочных площадок была сформирована еще во времена СССР и постепенно вырабатывает свой ресурс. Вслед за реновацией парка воздушных судов перед авиационными властями страны встанет вопрос о проведении реконструкции наземной инфраструктуры [2], т.к. существующая пропускная способность региональных аэропортов формировалась под требования советского периода (рис. 1).

Избыточная, как и недостаточная пропускная способность транспортного комплекса приводит к дополнительным издержкам национальной экономики на организацию транспортного сообщения (рис. 2). Пропускная способность в первую очередь зависит от вместимости эксплуатируемых воздушных судов. С одной стороны, существует обратная связь между емкостью и удельной себестоимостью содержания и эксплуатации воздушных судов (за счет эффекта масштаба). С другой, эксплуатация более вместительных судов предполагает повышенные требования к аэродромной инфраструктуре, что приводит к дополнительным издержкам на ее строительство и содержание. Наконец, в обратной связи с емкостью воздушных судов находится и частота выполнения рейса и соответственно оборачиваемость активов потребителей авиатранспортных услуг.

Таким образом, проведение реновации флота региональными авиакомпаниями на основании собственных критериев эффективности исходя из существующих технических возможностей наземной инфраструктуры может привести к неэффективной организации транспортного процесса в будущем. Рассмотрим данный вопрос на примере аэропорта «Подкаменная Тунгуска» (Красноярский край, Туруханский муниципальный район, п. Бор). Население поселка составляет 2505 человек. Населенный пункт расположен в 630 км севернее г. Красноярска, в 480 км южнее районного центра п. Туруханск. Круглогодичные наземные или водные пути сообщения между поселком и административными центрами района и региона отсутствуют.

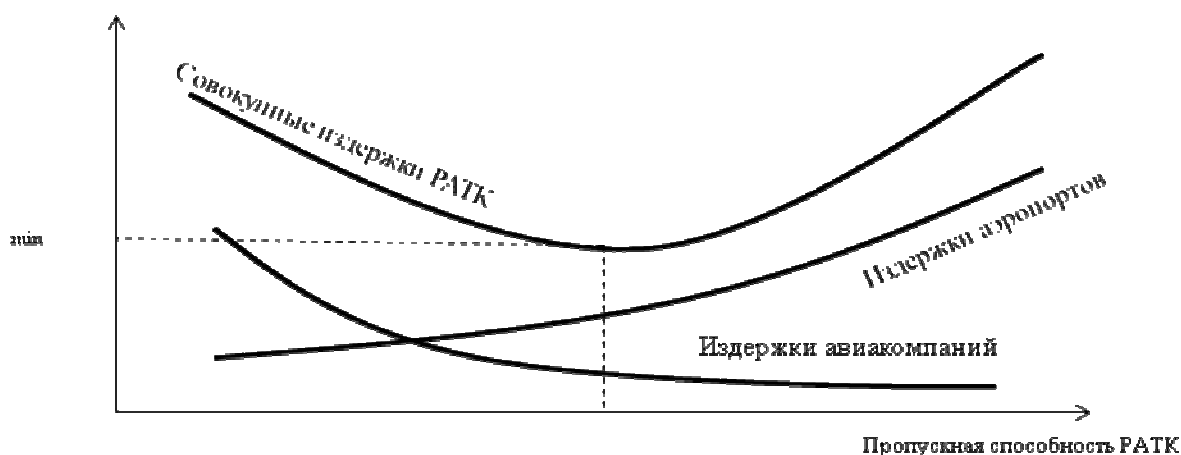


Рис. 2. Зависимость совокупных приведенных издержек авиатранспортного комплекса от его пропускной способности

Аэропорт «Подкаменная Тунгуска» был построен в 1946 г., класс аэропорта – Г, взлетно-посадочная полоса – искусственная (бетон) размером 1706х28 м, аэропорт допущен к приему воздушных судов 3 класса (Ан-24 и аналогов) и ниже. В настоящее время частота самолетовых вылетов из аэропорта составляет 1-2 раза в неделю (рейс «Бор-Красноярск», тип воздушного судна – Ан-24, пассажиропоток – 450-500 пассажиров в месяц). В остальное время аэропорт используется как вертолетная площадка для выполнения пассажирских и санитарных рейсов по территории Туруханского района. Следует отметить, что согласно программе социально-экономического развития Красноярского края на территории вблизи п. Бор не планируется реализация крупных инвестиционных проектов, способных существенным образом сказаться на деловой активности населения¹.

До 2015 года аэропорт полностью выработает свой ресурс, и для сохранения авиасообщения потребуются его полная реконструкция. Кроме того, в этот же период выработают свой ресурс и самолеты Ан-24, используемые, в том числе, и для выполнения рейсов из данного аэропорта. Очевидно, что в этой связи актуальной становится задача разработки скоординированной программы реновации основных фондов всех участников рынка авиаперевозок, направленной на минимизацию приведенных совокупных транспортных расходов всех потребителей авиатранспортных услуг. Для их расчета примем период действия программы 15 лет (срок службы регионального аэропорта после реконструкции), а реальную ставку дисконтирования – 5% (учитывая социальную значимость проекта и участие в нем государства).

Сравним эффективность двух вариантов реновации фондов всех участников регионального авиатранспортного комплекса: замены Ан-24 на современные 48-местные аналоги (в расчетах самолеты типа АТР-42-500) с сохранением существующего класса аэропорта либо замены Ан-24 на легкие 9-местные самолеты (в расчетах самолеты типа Cessna 208B Grand Caravan) и превращения аэропорта в посадочную площадку.

С точки зрения интересов авиакомпаний, оптимальной представляется реновация самолетов Ан-24 на современные турбовинтовые 48-кресельные аналоги. Это обусловлено тем, что их удельная себестоимость ниже, чем у воздушных судов меньшей вместимости. Так, себестоимость эксплуатации АТР-42-500 (без учета аэропортовых расходов) более чем на 50% ниже, чем у легкого самолета Cessna 208B Grand Caravan (табл. 1).

Объем перевозок на направлении Красноярск – Бор – Красноярск в 2010 году составил 5793 пассажира (482 пассажира в месяц). Учитывая, что реализация крупных инвестиционных про-

¹ По данным <http://www.krskstate.ru/econom/socialeconomic/cdcp>

Таблица 1

Удельная себестоимость эксплуатации самолетов в зависимости от их класса^{2,3}

Статья	Cessna 208B Grand Caravan	ATR-42-500
Летно-технические характеристики ВС		
Кресельная емкость	9	48
Крейсерская скорость, км/ч	300	550
Состав экипажа (пилоты/бортпроводники)	2/0	2/2
Расход авиаГСМ, кг/л.ч	140	500
Техническое обслуживание, нормо-часов/л.ч	5,0	15,0
Расходы на летный час, тыс. руб.	22,5	87,8
в т.ч.:		
авиаГСМ	3,1	11,0
оплата труда летного состава с отчислениями	4,4	6,0
техническое обслуживание	6,0	18,0
текущий ремонт	0,6	1,8
отчисления на капитальный ремонт	2,4	9,0
операционный лизинг	6,0	42,0
Расходы на 1 километр пути, руб.	75,1	159,7
Расходы на 1 кресло-километр, руб.	8,3	3,3

ектов, способных оказать влияние на пассажиропоток, в ближайшие годы в районе не планируется, в расчетах сделано допущение, что объем перевозок в следующие 15 лет сохранится на уровне 2010 года. Количество парных (в оба конца) рейсов за период (Р), необходимое для перевозки заданного количества пассажиров, определяется по формуле

$$P = \left[\max \left(\frac{ПП_1; ПП_2}{K_p * ЗПК_{\max}} \right) \right] + 1, \quad (1)$$

где $ПП_1$, $ПП_2$ – прямой и обратный пассажиропоток за данный период; K_p – кресельная емкость воздушного судна; $ЗПК_{\max}$ – максимальный уровень занятости пассажирских кресел.

Очевидно, что точность расчетов будет тем выше, чем меньше рассматриваемый период. Из имеющихся месячных данных по пассажиропотокам (табл. 2) представлен прогноз количества рейсов для каждого типа ВС при допущении, что $ЗПК_{\max}$ не превысит 85%.

Для обслуживания линии Красноярск – Бор – Красноярск необходимо будет выполнять 84 рейса в год (1,6 рейса в неделю) на 48-местных самолетах либо 425 рейсов в год (8 рейсов в неделю) на легких 9-местных самолетах. Средний уровень $ЗПК$ при полетах на легких самолетах выше на 4%, так как управление предоставляемой емкостью оказывается более гибким.

Эксплуатационные издержки авиакомпаний при выполнении программы полетов ($I_{\text{экспл}}$) рассчитываются по следующей формуле

$$I_{\text{экспл}} = P * I_{\text{уд}} * \text{Раст} * 2, \quad (2)$$

где $I_{\text{уд}}$ – удельная себестоимость эксплуатации судна, руб. / км; Раст – расстояние между пунктами отправления и назначения, км.

²По данным www.cessna.com, www.alenia-aeronautica.it

³Допущения: курс доллара 30 руб., среднемесячный налет самолета 100 часов, цена авиакеросина 22 тыс. руб./т без НДС, средняя заработная плата пилота 1 200 тыс. руб., бортпроводника 480 тыс. руб. за санитарную норму налета (800 летных часов в год), стоимость нормо-часа 1,2 тыс. руб. без НДС.

Таблица 2

Прогноз количества рейсов по типам самолетов

Показатель	Месяц												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого
ПП ₁	313	208	248	354	314	227	291	207	299	244	193	236	3 134
ПП ₂	208	177	210	248	195	159	293	242	316	195	209	207	2 659
Самолет 3-го класса (ATR-42-500)													
Р	8	6	7	9	8	6	8	6	8	6	6	6	84
ЗПК _{макс} , %	82	72	74	82	82	79	76	84	82	85	73	82	79
ЗПК _{ср} , %	68	67	68	70	66	67	76	78	80	76	70	77	72
Легкий самолет (Cessna 208B Grand Caravan)													
Р	41	28	33	47	42	30	39	32	42	32	28	31	425
ЗПК _{макс} , %	85	83	84	84	83	84	83	84	84	85	83	85	82
ЗПК _{ср} , %	71	76	77	71	67	71	83	78	81	76	80	79	76

Исходя из вышеприведенных расчетов, эксплуатационные издержки авиакомпаний на выполнение программы полетов по маршруту Красноярск – Бор – Красноярск на ATR-42-500 составят 16,9 млн. руб. в год, в то время как на Cessna 208B Grand Caravan – 40,2 млн. руб. в год.

С другой стороны, для эксплуатации самолетов 3-го класса потребуется сохранение в п. Бор полноценного регионального аэропорта класса Г с сохранением всех существующих служб и объектов инфраструктуры, тогда как для эксплуатации легких самолетов достаточно будет организации посадочной площадки⁴. Это, в свою очередь, потребует дополнительных издержек на реконструкцию и содержание наземной инфраструктуры (табл. 3) [3]. При этом, если расходы на текущее содержание наземной инфраструктуры найдут свое отражение в себестоимости авиакомпаний, то большая часть расходов на капитальное строительство не включается в аэропортовые сборы и, таким образом, не учитывается остальными участниками рынка⁵. Однако с точки зрения рыночной экономики эта часть расходов на капитальное строительство должна учитываться в прибыли (или чистом денежном потоке) собственника объекта.

Из табл. 3 видно, что реконструкция аэропорта класса Г дороже строительства посадочной площадки на 1 050 млн. руб. Более того, расходы на текущее содержание аэропорта будут выше на 10,2 млн. руб. в год.

Использование самолетов большей емкости будет связано с меньшей частотой выполнения рейса, что снизит оборачиваемость активов, увеличит непроизводственные потери времени потребителей в ожидании перевозки [4]. Так, среднее время ожидания вылета рейса одним пассажиром (ВОж_{ср}) непосредственно зависит от частоты выполнения рейса и составляет

$$\text{ВОж}_{\text{ср}} = \frac{365}{2 * P_{\text{год}}} \quad (3)$$

В стоимостном выражении экономические потери пассажиров от ожидания вылета (СОж_м) заключаются в снижении производительности труда в этот период, дополнительных расходах на питание и проживание вне дома

⁴ Федеральные авиационные правила «Подготовка и выполнение полетов в гражданской авиации Российской Федерации»: утв. приказом Минтранса России от 31.07.2009 г. № 128.

⁵ Приказ МинТранса РФ от 02.10.2000 г. № 110 «Об аэронавигационных и аэропортовых сборах, тарифах за обслуживание воздушных судов эксплуатантов Российской Федерации в аэропортах и воздушном пространстве Российской Федерации».

Таблица 3

Расходы на реконструкцию и содержание наземной инфраструктуры
в зависимости от ее пропускной способности⁶

Показатель	Посадочная площадка для легкого самолета	Аэропорт класса Г
Размер взлетно-посадочной полосы	800х20м	1300х30м
Численность обслуживающего персонала	5	25
Стоимость реконструкции всего, млн. руб.	300	1 350
в т.ч.:		
взлетно-посадочная полоса, перрон	250	700
аэровокзал	–	150
склад ГСМ	50	150
гостиница	–	100
прочее	–	250
Стоимость содержания всего, тыс. руб./мес.	301	1153
в т.ч.:		
оплата труда с отчислениями	101	502
содержание зданий и сооружений	200	650

$$CO_{жм} = BO_{жср} * (3P_{дн} * D_{раб} * K_{произв} + C_{прожив}) * (ПП_1 + ПП_2), \quad (4)$$

где $3P_{дн}$ – средняя заработная плата в регионе, руб. в день; $D_{раб}$ – доля работающего населения в общем пассажиропотоке; $K_{произв}$ – % снижения производительности труда на период ожидания перевозки; $C_{пр}$ – стоимость проживания в гостинице, руб. / (чел. * день).

Средняя зарплата по Туруханскому району Красноярского края в 2010 году составила 20 529 руб. в месяц или 684 руб. в день. Предположим, что доля работающего населения в общем пассажиропотоке составляет 70%, снижение производительности труда на время ожидания перевозки – 40%, а стоимость проживания вне дома – 1000 руб./чел. в день. Тогда из формулы (4) следует, что совокупные потери потребителей транспортных услуг от ожидания выполнения рейса на направлении «Красноярск-Бор» в текущих ценах составят 3,0 млн. руб. в год при полете на 9-местном самолете и 15,0 млн. руб. в год при выполнении рейса на 48-местном самолете.

В итоге вариант сохранения существующей пропускной способности аэропорта «Подкаменная Тунгуска» будет связан с меньшими расходами авиакомпаний, но с большими издержками на строительство и содержание аэропортов, а также издержками потребителей (пассажиров) от снижения частоты выполнения рейса (табл. 4). Совокупные приведенные издержки за 15 лет при строительстве посадочной полосы вместо аэропорта и организации сообщения на легких самолетах окажутся на 1 039,4 млн. руб. ниже. Сохранение существующей пропускной способности аэропорта было бы целесообразно при пассажиропотоке свыше 3000 пассажиров в месяц (в 6 раз выше, чем в настоящее время), что при существующих прогнозах маловероятно.

Таким образом, в результате проведенного анализа:

1. Показано, что основной задачей развития регионального авиатранспортного комплекса является снижение совокупных транспортных издержек для потребителей;
2. Показано, что в любой системе регионального авиасообщения есть оптимальное значение пропускной способности транспортного комплекса с точки зрения минимизации совокупных (инвестиционных и операционных) приведенных издержек ее потребителей;

⁶ По данным ООО «СибАэроПроект».

Таблица 4

Сравнение совокупных приведенных издержек на организацию авиасообщения по маршруту Красноярск – Бор – Красноярск, млн. руб.

Показатель	Эксплуатация 9-местных самолетов и реконструкция посадочной площадки		Эксплуатация 48-местных самолетов и реконструкция аэропорта	
	издержки в год	приведенные издержки за 15 лет	издержки в год	приведенные издержки за 15 лет
Эксплуатация самолетов	40,2	417,2	16,9	175,5
Реконструкция наземной инфраструктуры	–	300,0	–	1 350,0
Содержание наземной инфраструктуры	3,6	37,4	13,8	143,6
Ожидание рейса потребителями	3,0	30,8	15,0	155,7
Итого		785,4		1 824,8

3. На примере направления «Красноярск-Бор» показано, что существующая пропускная способность регионального авиатранспортного комплекса является избыточной и ведет к росту совокупных транспортных издержек, в связи с чем приводятся предложения по ее оптимизации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акбулатов Т.Э., Журавлев Ю.А. Анализ существующей системы ценообразования на аэропортовые услуги как сдерживающего фактора развития прямого межрегионального авиасообщения России // Логистические системы в глобальной экономике: материалы междунар. науч.-практ. конф. / Сибирский государственный аэрокосмический университет им. М.Ф. Решетнева. – Красноярск, 2011. – С. 33 – 38.
2. Акбулатов Т.Э., Журавлев Ю.А. Разработка критериев оценки эффективности программ развития северных региональных аэропортов Красноярского края // Вестник Сибирского государственного университета им. М.Ф. Решетнева. – Красноярск, 2009. – № 22. – С. 135 – 140.
3. Основы проектирования аэропортов / под ред. В.И. Блохина – М: Транспорт, 1985.
4. Губенко А.В., Черкашин Д.С., Лапин Л.А. Формализованный подход выбора грузового воздушного транспорта при сравнении с альтернативными участниками транспортного процесса // Научный Вестник МГТУ ГА. – 2008. – № 131. – С. 34 – 39.

EVALUATION OF VARIOUS RUSSIAN REGIONAL AIR TRANSPORT COMPLEX DEVELOPMENT PATHS EFFICIENCY

Akbulatov T.E., Zhuravlev Y.A.

An analysis of a current position of and a comparative evaluation of various development paths of ground infrastructure and aircraft parks of Russian regional airlines by a criteria of aggregate reduced customer cost minimizing are performed in imitation of an air transport complex of Krasnoyarsk region village Bor.

Key words: air transport complex, ground infrastructure, aircraft parks, regional airlines, aggregate reduced customer.

Сведения об авторах

Акбулатов Тимур Эдхамович, 1987 г.р., окончил Сибирский государственный аэрокосмический университет им. М.Ф. Решетнева (2009), аспирант Сибирского федерального университета, область научных интересов – стратегическое управление, экономика транспорта, национальная экономика.

Журавлев Юрий Александрович, 1945 г.р., окончил Красноярский институт цветных металлов (1968), доктор технических наук, профессор Самарского государственного технического университета, автор 270 научных работ, область научных интересов – экономико-математическое моделирование и оптимизация производственных процессов.

УДК 656.7.025

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АЭРОПОРТА

А.В. АНДРЕЕВ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Фридляндом А.А.

В статье определены категории клиентов аэропорта, а также показатели конкурентоспособности аэропорта для различных категорий клиентов. Автором даны методические рекомендации по их формированию, расчету и практическому применению указанных показателей.

Ключевые слова: аэропорт, авиакомпания, конкурентоспособность, показатели оценки.

Введение

Повышение интенсивности конкуренции на авиатранспортном рынке определяет актуальность разработки и применения современных адаптивных систем управления конкурентоспособностью (КС) для предприятий отрасли воздушного транспорта (ВТ). Ключевым звеном авиатранспортной системы являются аэропорты (АП), выступающие компонентом общей транспортной инфраструктуры и стратегическим элементом конкурентоспособности как отдельного региона, так и государства в целом.

Конкурентоспособность должна рассматриваться как основное свойство продукции аэропорта, которая может быть определена как комплекс авиационных и неавиационных услуг по приёму, отправке ВС и наземному обслуживанию воздушных перевозок, предоставляемых авиакомпаниям, пассажирам и аэропортовым операторам, обеспечивающий максимальное соответствие либо превосходящий подразумеваемые требования потребителей в области качества и стоимости предоставляемых услуг.

Таким образом, специфика продукции аэропорта обуславливает наличие различных групп их потребителей, для каждой из которых существуют различные параметры выбора, которые должны анализироваться менеджментом (табл. 1).

Таблица 1

Основные категории потребителей услуг аэропортовых комплексов

Элемент (объект) инфраструктуры	Отв. за КС объекта инфраструктуры	Потребитель услуг (клиент)	Мониторинг и анализ КС
1	2	3	4
Внешняя (примыкающая) к аэропорту инфраструктура			
Подъездные пути к АП	Государство, АП	Пассажиры, грузовладельцы, персонал АП и авиакомпании (АК)	АП, АК
Типы транспортных сообщений с АП	Государство, АП		
Служебно – техническая территория аэропорта (СТТ)			
Пассажирский аэровокзальный комплекс (терминалы)	АП	Пассажиры, операторы услуг в обл. неавиационной деятельности, АК	АК, пассажиры, неавиаци. операторы
Грузовой аэровокзальный комплекс (терминалы)	АП, Операторы НО	АК, грузовладельцы, агенты - консолидаторы	АК, грузовладельцы
Комплекс ТОиР ВС (ангары)	АП, АК (если владеет)	АК	АК
Комплекс топливообеспечения АП (склады ГСМ)	АП Операторы ТЗК	АК	АК

Продолжение табл. 1

1	2	3	4
База аэродромной службы	АП	АК	АК
Вспомогательные объекты инфраструктуры СТТ	АП Операторы по НО	АК, операторы по НО	АК, операторы по НО
Аэродром (АД)			
ВПП (ИВПП)	Государство	АК, АП	АП, АК
Рулежные дорожки (РД, МРД)	Государство	АК, АП	АП, АК
Места стоянки (МС), места хранения ВС	АП	АК, операторы по НО	АК, операторы по НО
Аэронавигационное и светосигнальное оборудование	АП	АК	АК, АП
Зона (система) ОрВД аэропорта			
Объекты УВД	Государство	АК, АП	АП, АК

Ключевыми группами потребителей продукции аэропорта, определяющими его конкурентную позицию на рынке, являются авиакомпании (АК), формирующие доходы от авиационной деятельности аэропорта (сборы за услуги по взлету – посадке, обеспечение безопасности и т.д.), и пассажиры, выступающие источником доходов от неавиационной деятельности. Анализ доступных автору источников позволяет структурировать основные критерии конкурентоспособности продукции, влияющие на её выбор авиакомпаниями и пассажирами (табл. 2).

Таблица 2

Основные критерии выбора аэропортовых комплексов потребителями

Авиакомпании	Пассажиры
– «Ширина», «глубина» и потенциал целевого рынка перевозок при выполнении рейсов из АП	– Удобство расписания (<i>относится к АК и АП</i>)
– Доступность слотов в приемлемые временные промежутки;	– Цена перевозки (<i>относится к АК и АП</i>)
– Наличие/присутствие «прямых» конкурентов	– Количество маршрутов (<i>относится к АК и АП</i>)
– Обеспечение трансферных стыковок	– Степень доступности аэропорта из города
– Сочетаемость с сетью маршрутов а/компаний	– Имидж и транспортная безопасность а/порта
– Размер ставок и сборов (взлет/посадка, наземное обслуживание, пасс. сбор, топливо и т.д.)	– Качество (время) наземного обслуживания (<i>относится к АК и АП</i>)
– Наличие и доступность центров ТО ВС	– Стоимость паркинга а/м в аэропорту
– Маркетинговая поддержка	– Стоимость доставки в аэропорт
– Степень модернизации основных объектов инфраструктуры АП (для АК и пассажиров)	– Количество и качество сервиса для неавиационных услуг (магазины, рестораны и др.)

Методика расчета и категорирования показателей конкурентоспособности аэропорта, предлагаемая в настоящей статье, содержит следующие основные этапы:

1. Формирование номенклатуры показателей конкурентоспособности (КС) аэропорта;
2. Расчет и анализ значений единичных показателей КС аэропорта;
3. Расчет и анализ значений групповых показателей КС аэропорта;
4. Расчет и анализ значений интегрального показателя и уровня КС аэропорта.

Формирование номенклатуры показателей. В качестве источников для формирования номенклатуры единичных показателей могут выступать стратегический план аэропорта, отраслевые источники и т.д. Система групповых показателей КС аэропорта, как правило, является мно-

гоуровневой. В целях структурирования групповых показателей может использоваться технология, представленная в табл. 3. В зависимости от конкретной задачи, значения единичных показателей могут использоваться для проведения различных видов сравнительного анализа либо для расчета групповых показателей КС. При этом, особенностью оценки показателей КС АП является наличие различных требований к ним со стороны различных категорий клиентов аэропорта – авиакомпаний, пассажиров и аэропортовых операторов (табл. 2).

Таблица 3

Технология оценки многоуровневых групповых показателей конкурентоспособности аэропорта (на примере показателя «Качество продукции аэропорта»)

Групповой показатель КС продукции аэропорта I уровня : «Качество продукции аэропорта»				
Групповой показатель КС продукции АП	Отв. за обесп. к/сп-ти	Потребитель (клиент)	Мониторинг и анализ КС	Критерии и методы мониторинга
1	2	3	4	5
Групповой показатель КС продукции аэропорта II уровня: Безопасность деятельности АП				
Безопасность выполнения полетов	АП, АК, УВД, др.	АК	Гос. орг. (ГО), АК, АП	Треб. гос-ва и АК. Проверки, аудиты
Производственная (эксплуатационная) безопасность	АП, АК, АО	АК, АП	ГО, АК, IATA	ФАПы, ISAGO, РПП, инстр. АП. Проверки, аудиты
Авиационная безопасность	АП, АК, АО	АК, АП, пассажиры	Гос. орг., АК, АП	Треб. ГО, АК, АП. Проверки, аудиты
Сохранность багажа, грузов и почты	АП, АК, АО	Пассажиры, грузовладельцы, АК	Гос. орг. (ЛЮВД), АК, АП	Законы РФ, межд. Конвенции, док. АК. Проверки, аудиты
Групповой показатель КС продукции аэропорта II уровня: Регулярность и пунктуальность				
Регулярность отправления рейсов (общая)	АК, АП, АО	АК, пассажиры	АП, АК.	РРП ГА, контроль СПП
Пунктуальность отправления рейсов из АП	АК, АП, АО	АК, пассажиры	АП, АК.	РРП АК, контроль СПП
Регулярность прибытия рейсов в АП	АК	АП, АК, пассажиры	АП, АК.	РРП ГА, контроль СПП
Регулярность обслуживания ВС на МС (вып. ТГ)	АО, АК, АП	АК	АП, АК	ТГ (технологии АК и АП), контроль СПП
Групповой показатель КС продукции АП II уровня: Качество наземного обслуживания ВС				
Время (нормативы) исполнения АД операций (очередь, ожидание)	АП, АО	АК	АП, АК.	Технологии АП. Проверки, аудиты, контр.СПП
Мин. время коммерческого обслужив. ВС (MGT)	АО, АП	АК	АП, АК	Технологии АП. Проверки, аудиты, контр. СПП
Наличие и доступность оборудования по НО (тягачи и др.)	АО, АП	АК	АК, АП	Треб. договора (SGHA IATA). Проверки, аудиты
Наличие и доступность ангаров для ТОиР ВС	АП, АК	АК	АК	Треб. договора (SGHA IATA). Проверки, аудиты
Групповой показатель КС продукции АП II уровня: Качество обслуживания клиентуры				
Обслуживание вылетающих пассажиров (нормативы / фактич. исполнение)	АО, АП	Пассажиры, АК,	Пассажиры, АК, АП, ACI	Технологии АО. Анкеты, аудиты, иные каналы

Продолжение табл. 3

1	2	3	4	5
Обслуживание трансферных пассажиров (МСТ по а/к)	АО, АП	Пассажиры, АК	АК, АП, АСИ	Технологии АО (АП). Анкеты, аудиты, иные каналы
Обслуживание прибывших пассажиров и багажа (нормативы/факт. исп-ние)	АО, АП	Пассажиры, АК	Пассажиры, АК, АП, АСИ	Технологии АО. Анкеты, аудиты, иные каналы
Обслуживание грузов (нормативы по АК / фактич. исполнение)	АО, АК, АП	АК, грузовладельцы	Грузовладельцы АК, АП	Технологии АО (АП). Анкеты, аудиты, иные каналы

Методы мониторинга, расчета и категорирования показателей. Изучение требований и предпочтений потребителей продукции аэропорта является необходимым условием для обеспечения КС аэропорта в целом. Основными задачами, решаемыми на данном этапе, являются:

- определение параметров (несистематизированных критериев КС), на основании которых различные категории клиентов выбирают аэропорт, и установление степени их значимости;
- установление предпочтений клиентов в области совершенствования показателей конкурентоспособности аэропорта.

Анализ доступных автору источников¹ показывает, что в настоящее время основными критериями, влияющими на выбор аэропорта, являются:

для авиакомпаний - потенциал целевого рынка, доступность слотов в приемлемое время, степень присутствия конкурентов, обеспечение трансферных стыковок, сочетаемость с сетью маршрутов, размер ставок и сборов, степень модернизации объектов инфраструктуры аэропорта и др.;

для пассажиров - удобство расписания, цена перевозки, количество возможных маршрутов, доступность из города, стоимость паркинга и доставки в аэропорт, качество неавиационных услуг и др.;

для грузовладельцев (отправителей и получателей) - время ожидания приема / выдачи грузов, график работы терминала, сохранность, терминальные сборы, доступ на территорию, процедуры оформления приема – выдачи, оснащенность терминала и бытовые условия, вежливость персонала и др.

Определение степени значимости показателей конкурентоспособности АП для потребителей. Показатели КС АП, как единичные, так и групповые, могут быть сегментированы по критерию значимости для его клиентов. Предлагается сегментация параметров на три основные группы по признаку значимости: наиболее значимые, средней значимости и наименее значимые.

Методика категорирования показателей конкурентоспособности АП. В группу наиболее значимых показателей предлагается относить те, удельный вес каждого из которых при выборе аэропорта клиентами составляет не менее 10 процентов от общего значения. Результаты маркетинговых исследований, проводимых в отрасли ВТ, позволяют выделить три категории (группы) значимости показателей конкурентоспособности аэропорта. К наиболее значимым показателям выбора аэропорта относятся (рис. 1, 2):

для авиакомпаний - доступность слотов в приемлемые временные промежутки (10,4%), потенциал целевого рынка перевозок при выполнении рейсов из АП (10,3%), размер ставок и сборов АП (взлет/посадка, наземное обслуживание, пассажирские сборы, цены на топливо и т.д.) – 10,1%;

для пассажиров - удобство расписания (относится к АК и АП – 10,3%), имидж и транспортная безопасность АП (10,1%) и цена перевозки (относится к АК и АП – 10,0%);

¹ OAG Business Lifestyle Survey, 2007, 2008, 2010; IATA Corporate Air Travel Survey, 2008, 2009, 2010; данные «Sky Trax», 2009 г.

для грузовладельцев (отправителей и получателей) - время ожидания приема / выдачи грузов в терминале (10,1%), размер терминальных сборов за обработку и хранение грузов на складе (10,0) и сохранность грузов (10,0%).

Показатели со средней значимостью. К группе показателей со средней значимостью могут быть отнесены те, удельный вес каждого из которых при выборе клиентами составляет в диапазоне от 9 до 10 процентов. В данную группу показателей включены:

для авиакомпаний - наличие/присутствие «прямых» конкурентов (9,6%), сочетаемость выполнения рейсов из аэропорта с действующей сетью маршрутов (9,2%), уровень транспортной безопасности, сохранность багажа и грузов (9,1%), наличие и доступность центров ТО воздушных судов (9,0%);

для пассажиров - имидж и надежность перевозчика (9,5%), степень доступности аэропорта из города (9,3 %) и качество (время) наземного обслуживания (относится к авиакомпании и аэропорту – 9,1%);

для грузовладельцев (отправителей и получателей) - график работы грузового терминала (9,3%), таможенные процедуры (экспорт/импорт – 9,2%), процедуры оформления документов по приему – выдаче грузов (8,8%), оснащенность грузового терминала (наличие оборудования, коммуникации, дополнительные услуги и т.д. – 8,6%).

Наименее значимые показатели. В группу наименее значимых показателей предлагается относить те, удельный вес каждого из которых при выборе аэропорта его клиентами не превышает 9 процентов. К наименее значимым показателям конкурентоспособности аэропорта могут быть отнесены:

для авиакомпаний - качество обеспечения трансферных стыковок (8,6%), степень модернизации объектов инфраструктуры аэропорта (для АК и пассажиров – 8,0%), характеристики сети маршрутов аэропорта (7,5%), рейтинги внешней оценки аэропорта (ACI, Sky Traх и др. – 7,1%), маркетинговая поддержка (6,5%);

для пассажиров - количество и качество сервиса для неавиационных услуг (магазины, рестораны и др. – 8,2%), удобство трансфера через АП (МСТ и др. – 8,0%), количество маршрутов (относится к АК и АП – 7,5%), стоимость доставки в АП (7,5%), стоимость паркинга автомобилей в АП (7,2%), политика альянсов АК и программы для часто летающих пассажиров (6,5%);

для грузовладельцев (отправителей и получателей) - доступность (порядок доступа на территорию ГТ для клиентов (7,8%), удобство расписания (относится к АК и ГТ АП – 7,5%), удаленность ГТ от города (7,0%), вежливость персонала ГТ (7,0%), бытовые условия внутри ГТ (6,8%).

Расчет и анализ значений единичных показателей предлагается производить по следующим формулам

$$Kk = (Y_1 / 2 + Y_2 + Y_3 + \dots + Y_{n-1} / 2) / (n - 1), \quad (1)$$

где $Y_1, Y_2, Y_3, Y_i \dots Y_n$ - расчетные величины единичных критериев КС продукции в диапазоне от 1 до i , определяемые по формулам

$$Y_i = \frac{P_i}{P_{i \max}}, \quad (2)$$

либо

$$Y_i = \frac{P_{i \max} - P_i}{P_{i \max}}. \quad (3)$$

где $P_{i \max}$ – максимальное значение i -го показателя.

За $P_{i \max}$ рекомендуется принимать максимальное значение i -го показателя среди выбранных для анализа продукции авиапредприятий; P_i – значение i -го показателя.

Уравнение (2) используется для тех показателей, увеличение значений которых улучшает конкурентоспособность. Для тех показателей, повышение значений которых снижает КС, применяется формула (3). По результатам категорирования показателей по степени их значимости предлагается формирование обобщающей диаграммы (рис. 1, 2).

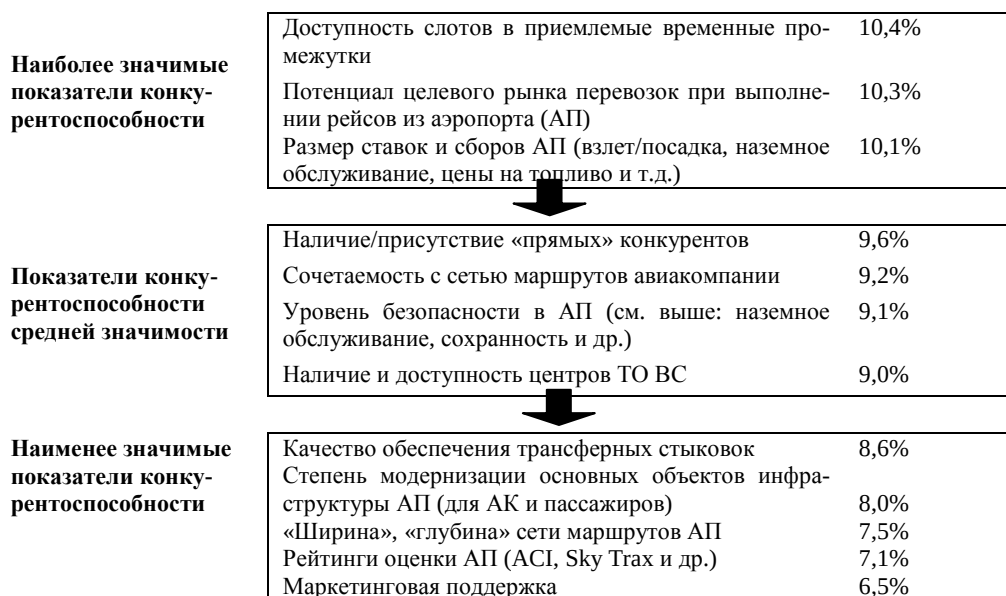


Рис. 1. Схема значимости показателей конкурентоспособности аэропорта для авиакомпаний

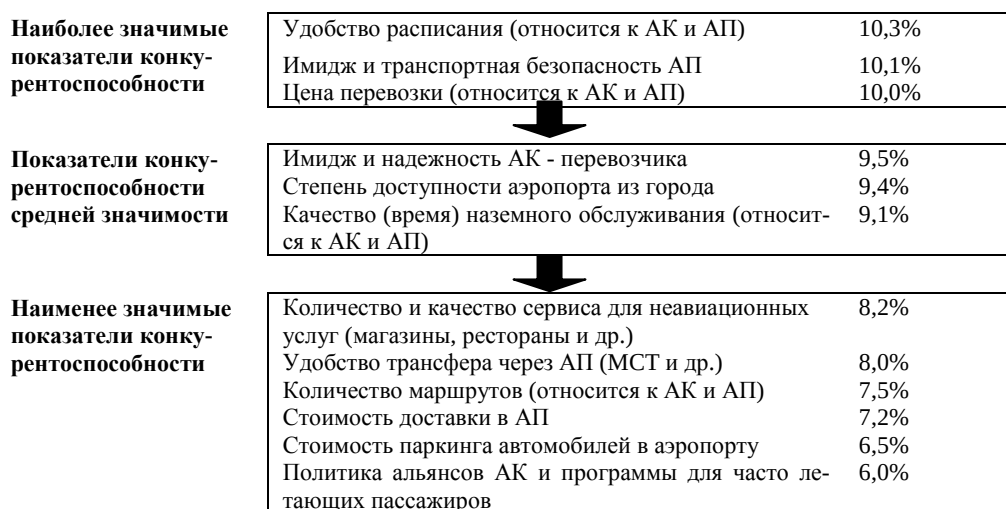


Рис. 2. Схема значимости показателей конкурентоспособности аэропорта для пассажиров

Необходимо отметить, что менеджменту аэропорта необходимо сфокусировать усилия на группе «наиболее значимых» показателей, т.к. именно они формируют конкурентную позицию аэропорта на рынке.

Рекомендации по практическому применению методики. Показатели оценки и методика их определения рекомендуются для применения в следующих областях:

- для регулярного определения уровня конкурентоспособности на целевом сегменте рынка аэропортовых услуг;

- для формирования и последующей реализации системы долгосрочных целей аэропорта в области безопасности, качества обслуживания и цены, дифференцированных в зависимости от требований клиентов;
- для формирования и реализации генплана развития и конкурентной стратегии аэропорта, а также отдельных элементов его корпоративной стратегии, дополнительно к типовым методам и т.д.;
- для оценки отдельных показателей КС (и принятия корректирующих действий в случае выявления отклонений от заданных целевых значений);
- для сравнения результатов собственной деятельности АП, направленной на обеспечение и повышение КС аэропорта как бизнес системы за различные временные периоды.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Андреев А.В.** Актуальные вопросы формирования конкурентоспособных хабов на базе российских предприятий отрасли воздушного транспорта // Вестник ГУУ. - 2011. - № 23.
2. **Громов Н.Н.** Проблемы в развитии воздушного транспорта России // Бюллетень транспортной информации. - 2007. - № 7.
3. Airports Council International (ACI) Annual Report, 1997. - 2010.
4. IATA Corporate Air Travel Survey, 2000 - 2010.
5. OAG Business Lifestyle Survey, 2007, 2008, 2010; IATA Corporate Air Travel Survey, 2008, 2009, 2010.

METHODICAL FOUNDATIONS OF AIRPORT COMPETITIVENESS PERFORMANCE INDICATORS COMPOSITION

Andreev A.V.

In this article the categories of airport product customers are defined and airport competitiveness performance indicators are presented and systematized as well. Methodical recommendations in the sphere of formation, calculation and practical implementation of these indicators are formulated by author.

Key words: airport; airline, airport marketing, competitiveness, performance indicators.

Сведения об авторе

Андреев Александр Вадимович, 1972 г.р., окончил Санкт-Петербургскую академию ГА (1996), кандидат экономических наук, докторант Московского государственного университета управления, автор 38 научных работ, область научных интересов – экономика и управление конкурентоспособностью на воздушном транспорте.

УДК 656.7.025

СТРУКТУРА И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЭЛЕМЕНТОВ СИСТЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА

А.В. АНДРЕЕВ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Фридляндом А.А.

В статье определены и исследованы слагаемые системы обеспечения конкурентоспособности для предприятий отрасли воздушного транспорта. Автором систематизированы элементы конкурентного потенциала бизнес системы и конкурентоспособности продукции предприятия отрасли ВТ как подсистем, формирующих его общую конкурентоспособность.

Ключевые слова: авиакомпания, аэропорт, воздушный транспорт, конкурентоспособность, показатели.

Усиление конкуренции на авиатранспортном рынке определяет усложнение механизмов и повышает актуальность разработки и применения современных адаптивных систем управления конкурентоспособностью (КС) предприятий отрасли воздушного транспорта (ПВТ). Факторы внешней и внутренней среды, воздействующие на участников отраслевого рынка, характеризуются многочисленностью и высоким динамизмом, а управление КС, в свою очередь, выступает одной из главных задач менеджмента. С целью совершенствования научно – методического обеспечения управления на воздушном транспорте автором предлагается методология формирования системы обеспечения КС для предприятий отрасли ВТ. При этом основными составными элементами (подсистемами) КС предприятия отрасли ВТ (ПВТ) являются его конкурентный потенциал и производство конкурентоспособной продукции. Экономической основой системы обеспечения КС выступает достижение достаточных значений показателей КС на основе реализации конкурентных преимуществ, возникающих вследствие трансформирования элементов имеющегося конкурентного потенциала в показатели КС его продукции. Таким образом, конкурентное преимущество является комплексной величиной, связывающей КС ПВТ в целом с его составными элементами - показателями КП и КСП в виде их интегральной функции, в которую показатели КС входят как расчетные параметры (рис. 1).



Рис. 1. Структура и порядок взаимодействия элементов системы обеспечения конкурентоспособности предприятия отрасли воздушного транспорта

Совокупность элементов конкурентного потенциала ПВТ и соответственно обуславливаемых ими конкурентных преимуществ подразделена на три категории: ресурсные, операционные и программно-стратегические. При этом, по мнению автора, именно категория операционных конкурентных преимуществ оказывает непосредственное воздействие как на качественные показатели КС продукции ПВТ, в свою очередь подразделяемые на группы надежности, качества и добавленной потребительской стоимости, так и на группу ценовых показателей конкурентоспособности его продукции.

Конкурентный потенциал предприятия ВТ (КП). Наличие у ПВТ конкурентного потенциала является базисом для достижения им конкурентоспособности. Под конкурентным потенциалом предприятия ВТ понимается наличие у него объективной возможности поддерживать или наращивать КС в долгосрочном периоде. Конкурентный потенциал обуславливает производство конкурентоспособной продукции, обеспечивает эффективную реализацию конкурентной стратегии, что способствует сохранению или увеличению доли рынка, а также создает условия для развития и улучшения его конкурентной позиции в будущем. Структура основных элементов конкурентного потенциала является различной для различных типов ПВТ – авиакомпании, аэропорта и операторов по наземному обслуживанию и т.д. Конкурентный потенциал ПВТ может быть реализован посредством управленческих воздействий, осуществляемых менеджментом, через совокупность конкурентных преимуществ. Конкурентным преимуществом может быть названа какая-либо эксклюзивная ценность продукции ПВТ, дающая ему превосходство перед конкурентами [4]. Таким образом, конкурентное преимущество является интегральной величиной, связывающей конкурентоспособность ПВТ вообще, показатели его конкурентного потенциала и конкурентоспособности продукции в виде их аддитивной функции, в которую расчетные параметры входят с весовыми коэффициентами [6]. Суммарное значение КС, по мнению автора, может равняться сумме значений интегрального показателя конкурентоспособности продукции и интегрального показателя конкурентного потенциала. Данная сумма должна учитывать степень реализации конкурентных преимуществ.

$$K_{кс} = \alpha * K_n + (1-\alpha) * K_{np}, \quad (1)$$

где $K_{кс}$ - интегральный показатель конкурентоспособности предприятия ВТ; K_n - интегральный показатель конкурентного потенциала; K_{np} - интегральный показатель конкурентоспособности продукции ПВТ; α - весовой коэффициент, фактическая степень реализации к/преимуществ (от 0,1 до 1).

Предприятие отрасли ВТ может завоевывать лидирующую позицию на рынке, если обладает устойчивыми конкурентными преимуществами, которые могут иметь разнообразные формы в зависимости от циклических колебаний в отрасли, конъюнктуры рынков авиаперевозок, а также требований к продукции, предъявляемых потребителями.

Всю совокупность конкурентных преимуществ и элементов конкурентного потенциала можно подразделить на три группы (рис. 1.):

- *ресурсные* – обладание ресурсами особого качества или количества (природные или приобретенные);
- *операционные* - эффективное использование имеющихся ресурсов;
- *программно-стратегические* – стратегия развития субъекта (носителя конкурентных преимуществ) и качество её реализации [5].

Определение и последующая реализация конкурентных преимуществ, обусловленных имеющимся конкурентным потенциалом ПВТ, должны являться основными задачами его высшего руководства. Конкурентный потенциал и конкурентоспособность продукции находятся в тесной взаимосвязи. Структура многоуровневой системы показателей конкурентного потенциала ПВТ на примере аэропорта представлена на рис. 2.

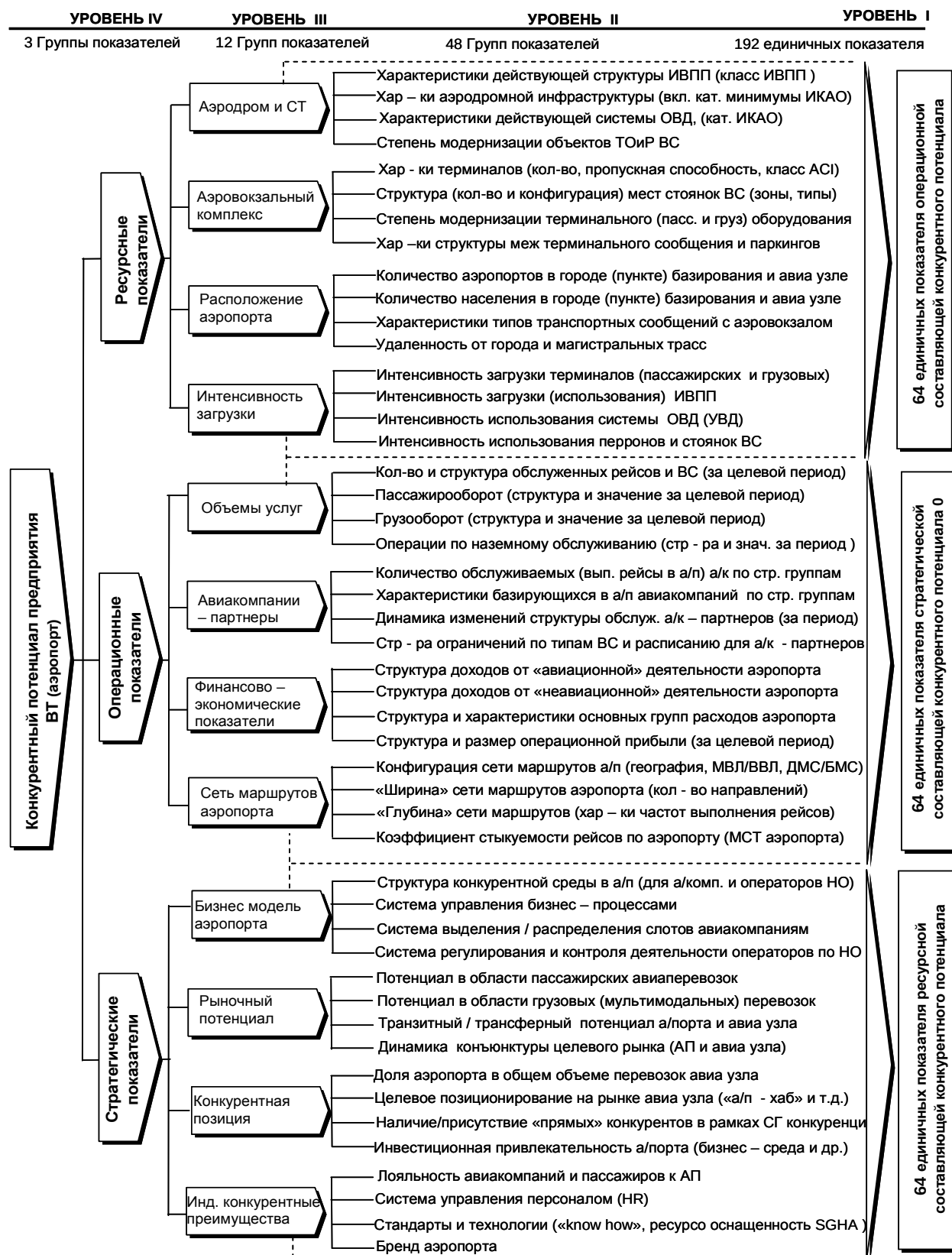


Рис. 2. Структура многоуровневой системы показателей конкурентного потенциала предприятия отрасли воздушного транспорта (на примере аэропорта)

Конкурентоспособность продукции предприятия ВТ. Конкурентоспособная продукция, с одной стороны, является необходимым условием формирования КС ПВТ в целом, с другой стороны, результатом управления реализацией конкурентных преимуществ, вытекающих из его конкурентного потенциала. Характеристики, используемые для оценки КС продукции ПВТ, подразделяются на ценовые (тариф на авиаперевозку) и качественные (сервис на борту ВС, удобство расписания и др.). Указанные характеристики обуславливают соответствующие формы конкуренции - ценовую и качественную.

Ценовая конкуренция – это соперничество за извлечение дополнительной прибыли, достигаемое за счет стимулирования объемов продаж (увеличения общей суммы выручки), при снижении цены на эту продукцию без изменения ее ассортимента и качества, что делает необходимым сокращение издержек. Основой ценовой конкуренции выступает тарифная политика авиапредприятия. Так, для авиакомпании цена продажи перевозки для конкретной авиалинии представляет собой сумму себестоимости предоставляемой продукции и доходной ставки, варьирующейся в зависимости от конъюнктуры целевого рынка. Показатель ценовой конкуренции может быть определен по формуле В.Г. Афанасьева (2) [3], он характеризует уровень предоставляемых скидок, льгот, отсроченных платежей при продаже в кредит и т.д.

$$Ц_n = T * (1 - Кл), \quad (2)$$

где $Ц_n$ - цена продажи пассажироместа; T – тариф на авиаперевозку; $Кл$ – коэффициент льгот (от 0, 1 до 0,5), зависит от конъюнктурных факторов.

Неценовая конкуренция направлена на производство продукции (оказание услуги) с качественно новыми свойствами, удовлетворение наиболее значимых потребностей рынка, расширение ассортимента сопутствующих услуг. Уровень цен при этом может существенно не изменяться. Текущий этап развития авиатранспортного рынка характеризуется преобладанием неценовых методов конкуренции над ценовыми – с макроэкономической точки зрения период ценовых войн заканчивается. Вместе с тем, тарифная политика продолжает оставаться одним из определяющих аргументов в борьбе аэропортов за авиакомпании, а авиакомпаний - за пассажиров и грузовладельцев.

Слагаемыми неценовой конкуренции для всех типов предприятий ВТ выступают:

1. *Надежность продукции* как комплексный показатель, содержащий в себе показатели безопасности и регулярности полетов, авиационной безопасности, сохранности вверенного на период перевозки имущества и т.д.;
2. *Качество обслуживания* потребителей на всех этапах цикла воздушной перевозки - как при наземном обслуживании, так и на борту ВС;
3. *Добавленная потребительская стоимость продукции*, т.е. эффективность взаимодействия с потребителями, обслуживания пассажиров и т.д.

Улучшение качественных характеристик продукции выступает одним из важнейших направлений развития всех типов предприятий отрасли ВТ, т.к. конкретный потребитель продукции ПВТ оценивает его деятельность именно по конечным качественным показателям. Показатель неценовой конкуренции может быть определен по предлагаемой автором формуле (3)

$$К_{нц} = a * П_n + b * П_к + c * П_{дс}, \quad (3)$$

где $К_{нц}$ – комплексный показатель неценовой конкуренции; $П_n$ – комплексный показатель надежности продукции предприятия ВТ; $П_к$ – комплексный показатель качества продукции предприятия ВТ; $П_{дс}$ – комплексный показатель добавленной потребительской стоимости продукции ПВТ; a, b, c – весовые коэффициенты, значение которых дифференцируется в зависимости от значимости для потребителей в заданный период времени (от 0,1 до 1).

Структура многоуровневой системы показателей конкурентоспособности продукции ПВТ на примере авиакомпании представлена на рис. 3.

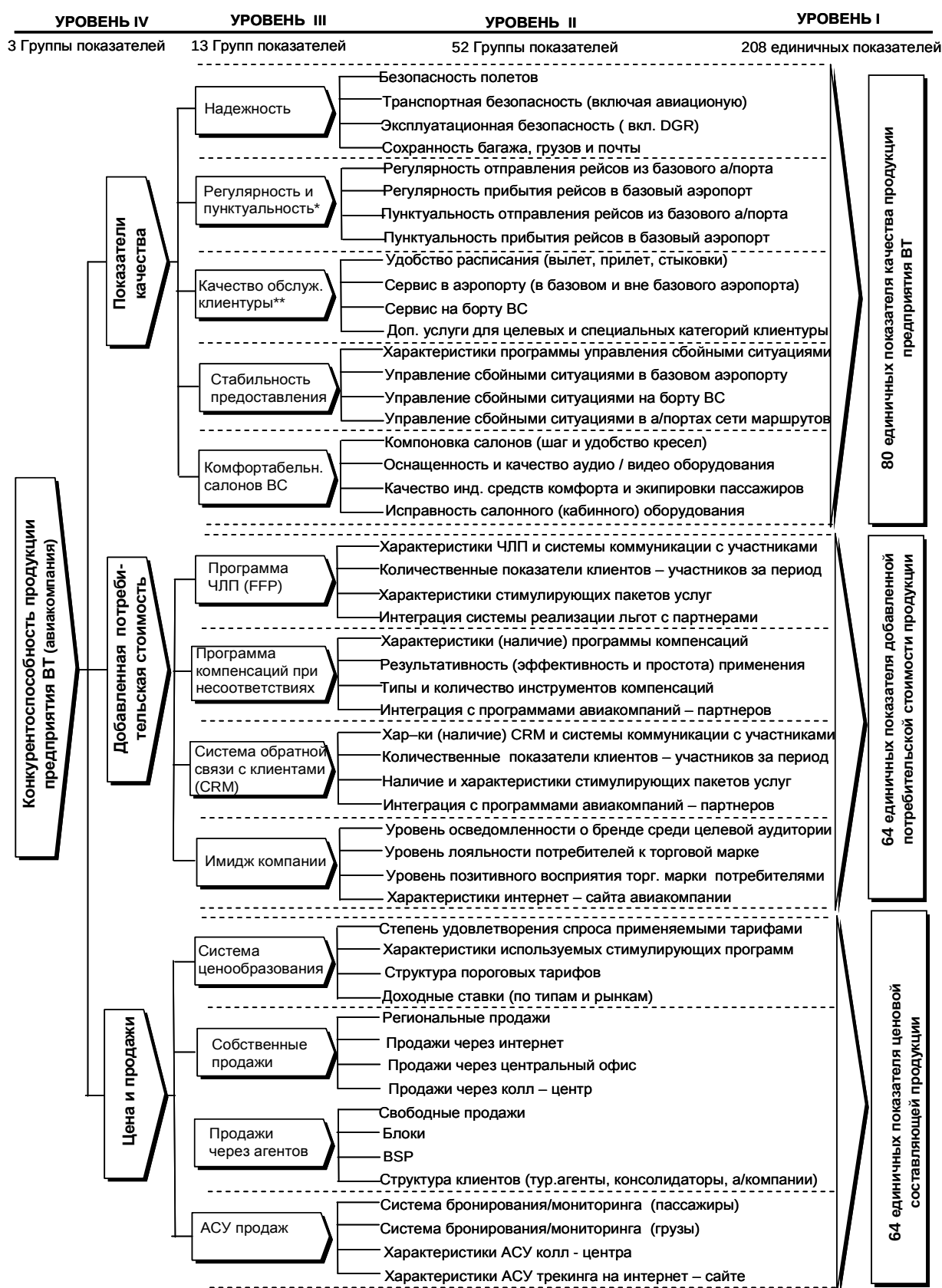


Рис. 3. Структура многоуровневой системы показателей конкурентоспособности продукции предприятия отрасли воздушного транспорта (на примере авиакомпании)

Интегральный показатель конкурентоспособности - это обобщенный показатель, использование которого позволяет принимать решения о степени конкурентоспособности. При этом КС продукции на рынке в большинстве случаев является следствием фактического конкурентного потенциала предприятия. Интегральный показатель КС ПВТ предлагается определять декомпозиционно - агрегатным методом с учетом весовых коэффициентов, рассчитанных по методу анализа иерархий, по формуле (4):

$$K_k = \sum_{i=1}^n P_i \cdot X_i \quad (4)$$

где P_i - комплексный показатель конкурентоспособности i -й группы; X_i - весовой коэффициент i -й группы показателей КС (определяется по методу анализа иерархий - МАИ).

Вывод. Объектами анализа при использовании представленной модели могут выступать конкурентный потенциал предприятия ВТ, конкурентоспособность его продукции и КС бизнес системы в целом. Исследование системы обеспечения КС и её элементов позволяет разработать и реализовать мероприятия по усилению конкурентной позиции ПВТ на рынке. Таким образом, предлагаемая модель выступает актуальным научно – методическим инструментом анализа конкурентоспособности предприятий отрасли ВТ и реализации его стратегии на различных сегментах авиатранспортного рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев А.В. Актуальные вопросы формирования конкурентоспособных хабов на базе российских предприятий отрасли воздушного транспорта // Вестник ГУУ. - 2011. - № 23.
2. Андреев А.В. Организационно – экономические механизмы развития стратегического управления конкурентоспособностью продукции авиакомпаний: дисс. ... канд. экон. наук. - М.: МГТУ ГА, 2003.
3. Афанасьев В.Г. Коммерческая эксплуатация международных воздушных линий. - М.: Транспорт, 1987.
4. Гельвановский М.А. Конкурентоспособность: микро-, мезо- и макроуровни. Вопросы методологии // Высшее образование в России. - 2006. - № 10.
5. Гельвановский М.А. Что такое конкурентоспособность? <http://www.eifgaz.ru/gelvanovsky.htm>
6. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг. - М: Юрайт-издат, 2009.

STRUCTURE AND INTERACTION OF ELEMENTS OF AIR TRANSPORT INDUSTRY ENTERPRISE COMPETIVENESS ENSURING SYSTEM

Andreev A.V.

In this article the summands of competitiveness ensuring system for air transport industry enterprises are defined and elaborated. The elements of competitive potential and product competitiveness as sub - systems, forming competitiveness of air transport industry enterprise in general are systematized by author as well.

Key words: airport; airline, air transport, competitiveness, performance indicators.

Сведения об авторе

Андреев Александр Вадимович, 1972 г.р., окончил Санкт-Петербургскую академию ГА (1996), кандидат экономических наук, докторант Московского государственного университета управления, автор 38 научных работ, область научных интересов – экономика и управление конкурентоспособностью на воздушном транспорте.

УДК 330.33.003.13

ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР АВИАКОМПАНИЙ К ИЗМЕНЕНИЮ РЫНОЧНОЙ КОНЬЮНКТУРЫ

Б.В. АРТАМОНОВ

В статье рассматривается возможность адаптации стратегии и организационных структур авиакомпаний к состоянию рыночной конъюнктуры в условиях ее высокой турбулентности, возникшей после мирового финансово-экономического кризиса 2008-2009 гг.

Ключевые слова: адаптация, организационная структура, авиакомпания.

Сейчас Россия проходит важнейший поворот на очередной исторической развилке, связанной с завершением ее перехода на рыночные отношения в условиях нестабильности экономики, возникшей в результате мирового финансово-экономического кризиса 2008-2009 гг. Глобальной экономике России нужно задать правильную настройку для обеспечения эффективности развития в будущем. Намечаемые реформы в условиях, когда политический вектор сменился от стабильности к развитию, не должны вести к потере управляемости не только в российской экономике в целом, но и в отдельных отраслях, в том числе и в гражданской авиации.

В условиях, неблагоприятных для отечественных производителей, в том числе и авиатранспортной продукции, требуется четко сформулировать концепцию долгосрочного развития воздушного транспорта Российской Федерации, выделить стратегические цели и приоритетные направления авиационной деятельности. В связи с этим важно предусмотреть не только государственные интересы России в области авиации и авиатранспортной деятельности, но и учесть реальный стратегический потенциал гражданской авиации страны, а также риски и угрозы, которые неизбежно возникнут в борьбе России за возвращение статуса мировой авиационной державы. Задача эта может быть решена с помощью хорошо продуманной и экономически обоснованной системы стратегического управления, позволяющей на комплексной основе адаптировать деятельность гражданской авиации к требованиям международного разделения труда в условиях высокой волативности рыночной конъюнктуры.

Чтобы обеспечить высокую конкурентоспособность, руководителям авиапредприятий необходимо уже сейчас уметь выявить перспективные направления развития бизнеса, предугадать характер изменения экономической конъюнктуры и адаптировать возможности стратегического потенциала предприятия к быстроизменяющемуся потребительскому спросу. Одной из ключевых задач при этом становится своевременная корректировка организационных структур авиапредприятий с учетом реальной ситуации на выбранном целевом рынке.

Любая бизнес-система включает в себя набор элементов с определенными свойствами. Следовательно, построение организационной структуры связано с решением двух задач: подобрать элементы в соответствующем количестве и определенного качества и разместить их определенным образом в пространстве и соподчинении (как части целого). Это и будет по существу структура (архитектоника) бизнес-системы.

Структурные подразделения создаются для реализации определенных функций управления, которые представляют собой декомпозицию миссии и целей организации. При построении организационной структуры учитываются стратегические приоритеты бизнес-структур, их увязка с «деревом целей». Эта конструкция включает каналы власти и коммуникации между различными структурными подразделениями, между которыми устанавливаются достаточно устойчивые взаимосвязи.

Состав бизнес-функций отдельных подсистем (структурных подразделений) и их объем зависит от конкретных условий деятельности компании на выбранном целевом рынке: ее мас-

штабов, структуры и уровня развития производства, размера и самостоятельности бизнес-системы, уровня технической оснащенности, степени развитости кооперационных связей и т.п. Он также должен быть тесно увязан с государственно-политическими интересами и учитывать особенности системы государственного и международного регулирования (обеспечение безопасности, соответствие продукции международным стандартам качества и требованиям системы сертификации и лицензирования, договорно-правовая деятельность и др.).

Здесь ставится задача обеспечить гармонизацию стратегических целей предприятия со стратегическими интересами государства, ориентированными не только на повышение конкурентоспособности национальных производителей и диверсификацию производства, но и на создание принципиально новых видов продукции в целях дальнейшего поступательного развития научно-технического прогресса и удовлетворения перспективных и быстро меняющихся общественных потребностей.

Как видно из рис. 1, модель стратегического управления и ее организационная структура должны тесно увязываться с концепцией корпоративной стратегии.

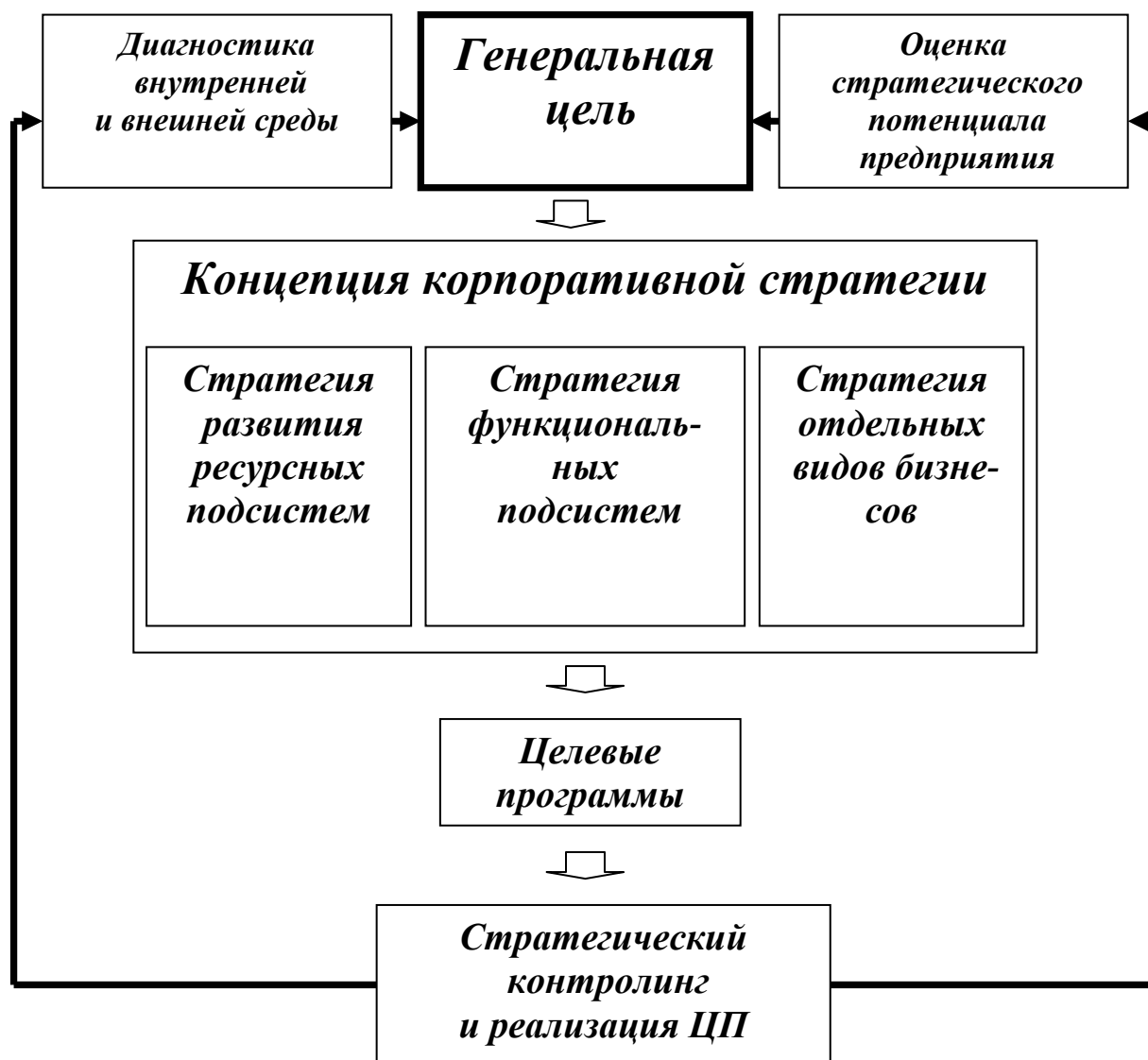


Рис. 1. Модель стратегического управления

Приведение организационной структуры в соответствие с выбранной стратегией осуществляется в следующей последовательности.

На первом этапе анализируются цели и стратегия. Задача анализа – преобразовать общую исходную формулировку цели в совокупность определенных в количественных и качественных аспектах показателей, выражающих основные черты желаемого и реально достижимого состояния бизнес-системы в будущем, то есть подготовить системное описание в виде «дерева целей».

На втором этапе анализируется вся совокупность бизнес-функций и устанавливается их соответствие целям, стоящим перед фирмой с точки зрения возможности их наиболее полной реализации. Эти функции расчленяются на подфункции с привязкой к «дереву целей», что позволяет сформулировать комплекс конкретных проблем, которые, в свою очередь, увязываются с задачами управления. Здесь же определяется содержание и форма результата для каждой задачи и ее потребитель. Важным моментом при этом является выявление ответственного исполнителя на каждом этапе по реализации той или иной бизнес-функции.

Таким образом, стратегия и организационная структура управления бизнес-системой оказываются неразрывно связаны между собой. Могут меняться состав партнеров, состояние рыночной конъюнктуры, условия конкуренции, масштабы и виды взаимодействия, система международного или государственного регулирования. В этих условиях организационная структура должна обеспечивать маневренность и гибкость производства, а также минимизировать возможные конфликты между текущим производством и внедрением новых бизнес-технологий.

Необходимо отметить, что каждое предприятие уникально и не существует идеальной структуры с точки зрения какой-либо выбранной стратегии. Здесь приходится сталкиваться с различного рода противоречиями. С одной стороны, желательно иметь четкий план действий, а с другой – нужны альтернативные сценарии развития для обеспечения выживаемости; иногда нужна централизация, а иногда – децентрализация. При этом исполнительская дисциплина должна сочетаться с предоставлением творческой свободы (необходимо грамотно регулировать «натяжение управленческих вожжей»), проявлением инициативы и предприимчивости. Формирование организационных структур – это творческий процесс, поэтому при формировании кадрового потенциала основной упор необходимо делать не столько на возрастной состав руководителей и ведущих специалистов, сколько на уровень их профессиональной компетентности, креативности и работоспособности.

Реализация любой стратегии влечет за собой преобразование стратегического плана компании в конкретные действия, осуществляемые в рамках операционного менеджмента. Подобный подход позволяет выделить исполнительные звенья-подразделения и жестко зафиксировать их задачи по реализации функциональных стратегий: у каждой функции должен быть свой «хозяин». Следует отметить, что процесс этот слабо формализован, а принимаемые решения основываются на результатах ситуационного анализа. В каждом конкретном случае реализация стратегии осуществляется в различной обстановке и требует оптимального распределения ресурсов между соответствующими структурными подразделениями.

Результатом проведенной работы должно быть построение функционально-организационной модели управления, которая отражает взаимосвязь функций управления с исполнителями и потребителями.

Проектирование организационной структуры с позиции ее стратегического соответствия требует ответа на следующие вопросы:

- в какой степени существующая организационная структура способствует или мешает реализации выбранной стратегии;
- на какие иерархические уровни системы управления и на какие ее структурные звенья должно быть возложено выполнение тех или иных функций и решение конкретных задач в процессе реализации стратегии;
- какие необходимо произвести изменения в организационной структуре управления в случае необходимости адаптации стратегии к изменяющимся рыночным условиям;
- какие изменения потребуются в бизнес-процессах для эффективной поддержки выбранной или скорректированной стратегии.

Состав и последовательность операций при проектировании функционально-организационной модели приведены на рис. 2.

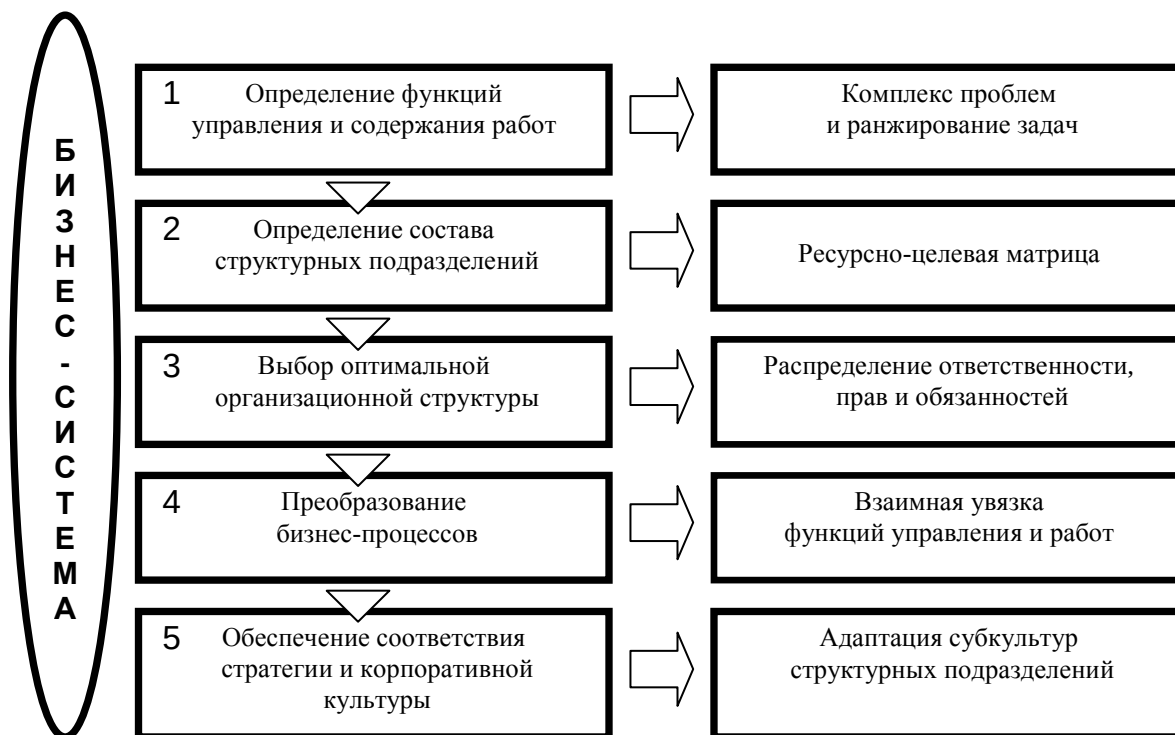


Рис. 2. Проектирование функционально-организационной модели управления

Как свидетельствует практика, неразумно пытаться реализовать новую стратегию в рамках старой организационной структуры. Ее наличие уже само по себе накладывает отпечаток на выбор стратегии. Если же существующая организационная структура далека от требований конкретной стратегии, может потребоваться ее коренная перестройка.

Следует отметить, что любая незапланированная структурная реорганизация, связанная, например, со сменой владельцев или переделом собственности, отрицательно влияет в большинстве случаев на эффективность деятельности предприятия, вносит элементы неустойчивости в ее функционирование и ухудшает морально-психологический климат в коллективе. Обычно подобные преобразования затеваются «под кого-то»: «Если звезды зажигаются, значит это кому-нибудь нужно». Наполеон как-то сказал, что если нужно сделать небоеспособными войска, достаточно в течение короткого срока реорганизовать их структуру управления.

В последние годы наметилась тенденция к уменьшению размеров бизнес-структур, которая позволяет в значительной степени сократить разросшиеся властные полномочия функциональной и управленческой бюрократии среднего уровня и вместо авторитарных пирамидальных структур создать более «плоские» децентрализованные структуры. Такой подход позволяет решить задачу расширения полномочий работников более низких уровней управления, организации их доступа ко всей необходимой информации и активизации участия в адаптации управленческих решений к корректируемой стратегии. Руководители высшего звена управления в этом случае оставляют за собой только функцию общей координации работ отделов, между которыми распределены задания по выполнению стратегически значимых и ключевых видов деятельности и по совершенствованию бизнес-процессов.

Концептуальный подход к адаптации организационной структуры к состоянию конъюнктуры рынка приведен на рис. 3.



Рис. 3. Адаптация организационной структуры к изменению конъюнктуры рынка

Динамизм внешней среды является очень сильным фактором, определяющим, какую организационную структуру должна выбирать организация. Если внешняя среда стабильна, то организация может с успехом применять достаточно простые организационные структуры, обладающие малой гибкостью. Выбранная корпоративная стратегия оказывает заметное влияние на формирование организационной структуры. Совсем необязательно радикально менять организационную структуру каждый раз, когда организация переходит к реализации новой стратегии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артамонов Б.В. Стратегический менеджмент на воздушном транспорте. - М.: Авиа Бизнес Групп, 2008.

THE PROBLEMS OF ADAPTATION OF AIR COMPANY ORGANIZATION STRUCTURE FOR CHANGES OF MARKETS SITUATION

Artamonov B.V.

In the article considers possibility of air company strategies and their organization structures for state of markets situation in conditions of its high turbulence.

Key words: organization structures, markets situation, air company.

Сведения об авторе

Артамонов Борис Владимирович, 1938 г.р., окончил ЛКИ (1961), ВВАТ (1967), кандидат технических наук, доктор экономических наук, профессор МГТУ ГА, автор более 150 научных работ, область научных интересов - стратегическое управление, маркетинг, кадровый менеджмент.

УДК 656.7.072

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК НА ВНУТРИРОССИЙСКИХ ВОЗДУШНЫХ ЛИНИЯХ

И.А. БЕЛАВИНЦЕВ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Фридляндом А.А.

В статье проведен анализ мер государственной поддержки перевозок на внутренних воздушных линиях Российской Федерации. Низкая операционная рентабельность внутренних перевозок, обусловленная низкой интенсивностью полетов и высокими эксплуатационными расходами на содержание аэродромной инфраструктуры в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, требует применения эффективных мер государственной поддержки.

Ключевые слова: себестоимость, меры государственной поддержки, внутренние воздушные линии, субсидии, обеспечение доступности перевозок.

Капиталоемкость отрасли воздушных перевозок обусловлена высокой стоимостью воздушных судов, технического обслуживания и ремонта, квалифицированного персонала, аэропортовых и аэронавигационных услуг и т.д. Финансирование указанных расходов требует от авиакомпаний значительных оборотных средств. Авиакомпании являются коммерческими организациями, основная задача которых – извлечение прибыли, поэтому авиакомпании заинтересованы выполнять полеты только по коммерчески выгодным направлениям, к которым в первую очередь относятся маршруты, связывающие Москву и Санкт-Петербург с административными центрами субъектов Российской Федерации (75% перевозок осуществляется в настоящее время через аэропорты Московского авиаузла).

Региональные и местные авиамаршруты, как правило, пока не способны генерировать пассажиропотоки, обеспечивающие рентабельность перевозки.

Невысокая плотность населения и его низкая платежеспособность обуславливают низкую интенсивность региональных и местных пассажиропотоков. Это, в свою очередь, определяет высокую себестоимость авиаперевозок вследствие высоких удельных затрат на содержание аэропортовой сети и использование воздушных судов малой вместимости.

При этом региональные и местные авиаперевозки во многих регионах (особенно на северных и удаленных территориях) носят социальный характер и не являются предметом коммерчески эффективного бизнеса. Именно на маршрутах регионального и местного значения практически отсутствует конкуренция и стоимость перевозки высока для основной массы населения.

Вследствие отмеченных выше факторов средняя стоимость авиаперевозок в расчете на 1 пасс-км на региональных авиалиниях в 3,3 раза превышает аналогичный показатель на магистральных внутрироссийских авиалиниях, при этом средняя стоимость поездки пассажира по внутрирегиональным авиалиниям (туда и обратно) превышает среднемесячную заработную плату населения (для сопоставления – в США стоимость 1 пасс-км на региональных авиалиниях превышает аналогичный показатель магистральных авиалиний только в 1,6 раза, а стоимость поездки на борту региональной авиакомпании (туда и обратно) не превышает 5% среднемесячной заработной платы населения).

Уникальной особенностью Российской Федерации является то, что более 60% территории страны относится к районам Крайнего Севера, где авиация в большинстве случаев является единственным средством обеспечения транспортной доступности. Это вся территория тринадцати и часть территорий одиннадцати субъектов Российской Федерации. В этих районах проживает более 20 млн. человек, в том числе представители около 30 коренных малочисленных народов России.

Все действующие здесь авиамаршруты социально значимы и не имеют транспортной альтернативы.

В целях определения факторов, влияющих на стоимость перевозки, проведен анализ экономических показателей деятельности российских авиакомпаний, который характеризуется следующим:

- внутренние воздушные перевозки в целом убыточны (при этом многие из маршрутов внутренних перевозок высокоубыточны);
- ярко выраженная сезонность деятельности гражданской авиации отражается в высокой убыточности I и IV кварталов и низкой рентабельностью (а иногда убыточностью) II квартала, которые традиционно должны уравниваться относительно высокой рентабельностью III квартала.

В целях сохранения круглогодичного воздушного сообщения на ряде внутренних линий авиакомпании вынуждены сохранять высокий уровень тарифов. При этом средняя операционная рентабельность деятельности авиаперевозчиков в целом на внутренних воздушных линиях отрицательна. Если себестоимость воздушных перевозок на магистральных внутренних воздушных линиях составляет около 2,2 руб./пкм, то на региональных и местных авиалиниях себестоимость перевозки составляет более 9 руб./пкм.

Финансовая нагрузка на авиакомпании, осуществляющие региональные и местные перевозки, в настоящее время может быть снижена в первую очередь за счет государственной поддержки данного вида перевозок.

Мировая практика государственной поддержки авиационного сообщения распространяется на различные виды авиационных перевозок и работ. Ее необходимость обусловлена коммерческой непривлекательностью таких рынков для авиакомпаний в связи с удаленностью потенциального потребителя услуги, низким спросом на малозаселенных территориях и повышенными затратами на осуществление бизнеса в местных природно-климатических условиях.

В мировой практике государственная поддержка авиационного местного сообщения преследует цель исключения транспортной дискриминации населения удаленных пунктов и обеспечения ему того же уровня прав и возможностей, как и у остальных жителей страны, в первую очередь по свободе передвижения, доступу к лечению, образованию, банковской системе. Это привело к законодательному формированию в развитых странах системы обязательных общественных услуг - PSO (Public service obligation) по выполнению «необходимых» (социально значимых) авиационных перевозок, т.е. перевозок, обеспечивающих выравнивание прав и возможностей жителей государства, и сети «необходимых» авиаперевозок - EAS (Essential Air Service), функционирующих по нерыночным правилам под руководством органов государственного и/или регионального управления в рамках системы PSO.

Действующая в настоящее время в Российской Федерации система государственной поддержки отрасли воздушных перевозок на федеральном уровне основана на финансировании из средств федерального бюджета капитальных вложений в аэродромную инфраструктуру в рамках федеральных целевых программ, создании и субсидировании федеральных казенных предприятий на базе аэропортов, находящихся в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, а также субсидировании магистральных, социально-значимых авиаперевозок, обеспечивающих транспортную связность Дальнего Востока и Калининградской области с европейской частью России, субсидирование лизинга воздушных судов отечественного производства, а также воздушных судов для региональных и местных воздушных перевозок.

С 2002 г. в аэродромную инфраструктуру Российской Федерации были направлены средства федерального бюджета в размере 145,3 млрд. рублей, что позволило приостановить сокращение аэродромной сети, а в 2011 г. обеспечить рост количества действующих аэродромов в Российской Федерации.

Также одним из механизмов государственной поддержки, заложенным постановлением Правительства Российской Федерации от 15.12.2007 г. № 872 «О создании и регулировании деятельности федеральных казенных предприятий», является создание и субсидирование феде-

ральных казенных предприятий на базе аэропортов, находящихся в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях [1].

Создание федеральных казенных предприятий (ФКП) позволило восстановить соответствие аэропортов, входящих в их состав, сертификационным требованиям, обновить парк аэродромной техники, увеличить объёмы проводимых работ по капитальному ремонту и реконструкции объектов, а также стабилизировать их финансово-экономическое положение.

В настоящее время на базе 49 аэропортов (14,5% от общего количества действующих аэродромных комплексов) создано 5 федеральных казенных предприятий (ФКП «Аэропорты Севера», ФКП «Аэропорты Чукотки», ФКП «Аэропорты Камчатки», ФКП «Аэропорты Красноярья», ФКП «Аэропорт Амдерма»), а также подготовлены необходимые документы по созданию ФКП «Аэропорты Сахалина» и ФКП «Аэропорт Кызыл».

На финансирование федеральных казенных предприятий из средств федерального бюджета предусмотрено ежегодно 2 466,5 млн. рублей.

Вместе с тем данный механизм государственной поддержки не позволяет стимулировать оператора аэропорта, входящего в ФКП, снижать себестоимость аэропортовых услуг и соответственно уровень аэропортовых сборов и тарифов.

В целях обеспечения государственной поддержки действующих аэропортов, находящихся в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, с 2009 г. федеральным бюджетом ежегодно предусматриваются средства в размере 179,5 млн. руб.

Данный механизм государственной поддержки предусматривает ограничение роста аэропортового сбора за взлет - посадку как одно из основных условий получения субсидии и тем самым направлен на снижение финансовой нагрузки на авиаперевозки через небольшие северные аэропорты.

Важнейшим направлением развития региональных и местных воздушных перевозок является обновление парка российских авиакомпаний современными и экономичными воздушными судами.

В связи с вступлением в силу с 1 июля 2012 г. нормативных требований по обязательному оснащению воздушных судов системами оповещения об опасном сближении с землей (EGPWS) и опасном сближении воздушных судов в воздухе (TCAS) и выводом из эксплуатации отечественных типов воздушных судов Ту-134, Як-40, Ан-24 остро встала проблема обновления парка региональных воздушных судов российских авиакомпаний.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 30.12.2011 г. - № 1212 утверждены Правила возмещения за счет средств федерального бюджета российским авиакомпаниям части затрат на уплату лизинговых платежей за воздушные суда, получаемые ими от лизинговых компаний по договорам лизинга, для осуществления внутренних региональных и местных воздушных перевозок [2].

Федеральным бюджетом предусмотрены бюджетные ассигнования на финансирование указанной меры государственной поддержки в размере 1,90 млрд. рублей в 2012 г., 2,15 млрд. рублей – в 2013 г., 2,40 млрд. рублей – в 2014 г.

Реализация данного постановления позволит обновить парк российских авиакомпаний современными воздушными судами для осуществления региональных и местных перевозок в количестве (как прогнозируется) до 118 единиц за период с 2012 до 2014 гг.

В соответствии с постановлением субсидия предоставляется единовременно, размер субсидии определяется в зависимости от пассажировместимости воздушного судна и количества лет, прошедших с года выпуска воздушного судна.

Размер субсидии определяется в соответствии с отпускной стоимостью воздушных судов предприятий-производителей новых воздушных судов, а на воздушные суда с вторичного рынка и выпущенные с 2005 г. по 2010 г. - с рыночной стоимостью, указанной в ценовых каталогах (Turbine aircraft guide, Avitas и другие), с ежегодным понижающим коэффициентом 0,13 от первоначальной цены и приблизительно составляет:

30 % от отпускной стоимости воздушного судна с количеством посадочных мест от 4 до 20;

20 % от отпускной стоимости воздушного судна с количеством посадочных мест от 21 до 50;
15 % от отпускной стоимости воздушного судна с количеством посадочных мест от 51 до 72.

Необходимо отметить, что данная мера не имеет аналогов в практике государственной поддержки авиации в Российской Федерации.

Принимая во внимание, что в среднем по отрасли расходы авиакомпаний, связанные с лизингом воздушных судов, составляют около 11% от всех расходов, реализация данной меры позволит снизить себестоимость перевозки на 1-2 %, что сопоставимо с общей средней рентабельностью деятельности по осуществлению пассажирских перевозок и является эффективным инструментом государственной поддержки.

В целях обеспечения доступности внутренних региональных и местных перевозок пассажиров воздушным транспортом в субъектах Российской Федерации, расположенных на территории Северо-Западного, Сибирского, Уральского и Дальневосточного федеральных округов, постановлением Правительства Российской Федерации от 30.12.2011 г. № 1211 утверждены Правила предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации, расположенных на территории Северо-Западного, Сибирского, Уральского и Дальневосточного федеральных округов, на обеспечение доступности внутренних региональных и местных перевозок пассажиров воздушным транспортом [3].

Правилами предусматривается предоставление субсидий на софинансирование расходных обязательств субъектов Российской Федерации, расположенных на территории Северо-Западного, Сибирского, Уральского и Дальневосточного федеральных округов, по предоставлению субсидий авиаперевозчикам, осуществляющим воздушные перевозки пассажиров (граждан Российской Федерации в возрасте до 23 лет, женщин в возрасте свыше 55 лет, мужчин в возрасте свыше 60 лет) воздушными судами в салонах экономического класса с 1 апреля по 31 октября по 81 воздушной линии.

Федеральным законом «О федеральном бюджете на 2012 г. и на плановый период 2013 и 2014 гг.» на указанные цели предусмотрены бюджетные ассигнования в размере 1,0 млрд. руб. ежегодно.

В данном постановлении использован механизм субсидирования, аналогичный применяемому в постановлениях Правительства Российской Федерации от 29.12.2009 г. № 1095 «Об утверждении Правил предоставления субсидий организациям воздушного транспорта в целях обеспечения доступности воздушных перевозок пассажиров с Дальнего Востока в европейскую часть страны и в обратном направлении» и от 18.12.2010 г. № 1059 «Об утверждении Правил предоставления в 2012 г. из федерального бюджета субсидий организациям воздушного транспорта в целях обеспечения доступности воздушных перевозок пассажиров - жителей Калининградской области из г. Калининград в европейскую часть страны и в обратном направлении».

Отличием является только то, что в постановлении № 1211 субсидия предоставляется субъекту Российской Федерации, а в постановлениях №№ 1095 и 1059 непосредственно авиакомпаниям.

С 2009 г. авиакомпаниям, осуществляющим перевозки пассажиров в возрасте до 23 и старше 60 лет с Дальнего Востока в европейскую часть страны и в обратном направлении в салонах экономического класса из федерального бюджета также предоставляются субсидии.

В 2009 г. программа субсидированных перевозок включала 18 маршрутов, по которым было перевезено 160 тысяч пассажиров на сумму субсидии 1216,4 млн. рублей, в 2010 г. количество маршрутов было увеличено до 26, а количество пассажиров, перевезенных в рамках программы, составило 327 тысяч, при этом субсидий было предоставлено на общую сумму 2,5 млрд. рублей, в 2011 г. программа уже включала 30 маршрутов, что позволило перевезти более 371 тысячи пассажиров на общую сумму 2,56 млрд. рублей.

В 2011 г. в программе приняли участие 13 авиакомпаний.

В 2012 г. граждане Российской Федерации в возрасте до 23 лет, женщины в возрасте свыше 55 лет и мужчины в возрасте свыше 60 лет имеют право на воздушную перевозку в период с 01 апреля по 31 октября по специальным тарифам на 33 маршрутах.

С 2012 г. в перечень субсидированных маршрутов воздушных перевозок пассажиров дополнительно вошли маршруты, обеспечивающие воздушное сообщение городов Певек, Тикси и Нарьян-Мар с европейской частью страны (Певек – Москва, Тикси – Москва, Нарьян-Мар – Москва).

Программа субсидирования также оказала положительный эффект на развитие внутрирегиональных перевозок. Так, увеличение количества перевезенных пассажиров на региональных авиалиниях в Якутии составило 6%, а в Дальневосточном регионе в целом – 11,5%.

Таким образом, в Российской Федерации внедрен комплекс разнообразных и взаимодополняющих механизмов субсидирования, формирующий достаточно действенную систему государственной поддержки отрасли внутренних воздушных перевозок.

ЛИТЕРАТУРА

1. О создании и регулировании деятельности федеральных казенных предприятий: постановление Правительства Российской Федерации от 15.12.2007 г. № 872.
2. Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета на возмещение российским авиакомпаниям части затрат на уплату лизинговых платежей за воздушные суда, получаемые российскими авиакомпаниями от лизинговых компаний по договорам лизинга для осуществления внутренних региональных и местных воздушных перевозок: постановление Правительства Российской Федерации от 30.12.2011 г. № 1212.
3. Об утверждении Правил предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации, расположенных на территории Северо-Западного, Сибирского, Уральского и Дальневосточного федеральных округов, на обеспечение доступности внутренних региональных и местных перевозок пассажиров воздушным транспортом: постановление Правительства Российской Федерации от 30.12.2011 г. № 1211.

STATE SUPPORT OF AIR TRANSPORTATION ON RUSSIAN NATIONAL AIRLINES

Belavintsev I.A.

The article analyzes the measures of state support of air transportation on national airlines of the Russian Federation. The low air traffic volume and high operational costs of airfield infrastructure maintenance cause low operational profitability of the national air transportation in the region of the Far North and other territories equated to the conditions of Extreme North. These factors require effective measures of state support.

Key words: state support of air transportation.

Сведения об авторе

Белавинцев Илья Александрович, 1975 г.р., окончил Волгоградскую академию государственной службы (1997), аспирант МГТУ ГА, начальник отдела Минтранса России, автор 4 научных работ, область научных интересов - государственное регулирование авиационной деятельности.

УДК 656.7:658

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВИАКОМПАНИИ

А.С. БОРЗОВА, И.П. ЖЕЛЕЗНАЯ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Артамоновым Б.В.

В статье описывается методика оценки деятельности авиакомпании, используемая для принятия решений в процессе управления.

Ключевые слова: ключевые показатели деятельности, бизнес-цели, бизнес-процесс.

В качестве методологической базы для оценки деятельности используется методика сбалансированных показателей (Balanced Scorecard), обеспечивающая возможность координации различных уровней управления компанией на основе ключевых показателей деятельности (КПД).

КПД предназначены для руководства компании как инструмент принятия решений в процессе управления деятельностью компании. Это могут быть решения, связанные с развитием деятельности компании либо с реорганизацией деятельности компании, в том числе – с усовершенствованием бизнес-процессов, совершенствованием организационных структур, внедрением информационных технологий и т.д.

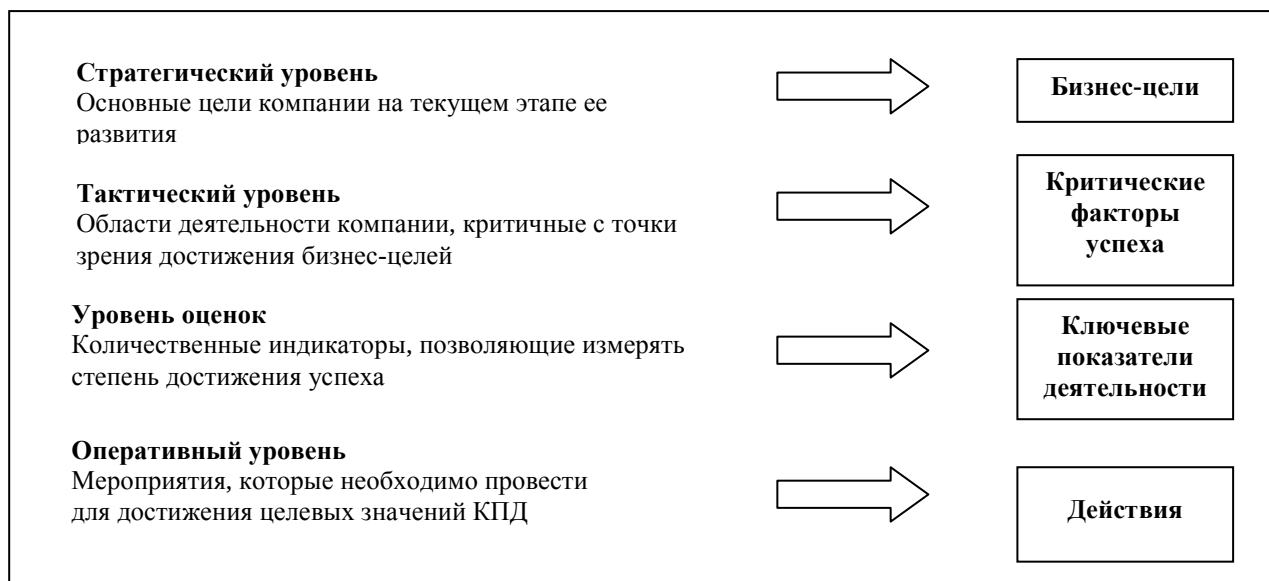


Рис. 1. Взаимосвязь КПД с различными уровнями управления

Такое использование КПД требует формирования бизнес-целей, критических факторов успеха, ключевых показателей деятельности и мероприятий (действий) по достижению целей. Бизнес-цели определяются как приоритетные стратегические направления развития бизнеса компании, определяющие условия успешного существования компании на рынке в среднесрочной и долгосрочной перспективах.

При проектировании КПД должны соблюдаться следующие основные принципы:

- должно быть определено не более двух-трех бизнес-целей, не более трех-шести критических факторов успеха (КФУ) на бизнес-цель и не более трех-шести КПД на КФУ;
- для каждого КПД должен быть определен способ получения его значения, например, замер, вычисление, экспертная оценка;

- набор КПД должен быть сбалансированным, не должен замыкаться на одной области и охватывать как финансовые результаты, так и отношения с клиентами, производственную деятельность, инновации и развитие персонала;

- структура КПД должна обеспечивать возможность выбора уровня детализации или разреза представления информации. Для этого могут использоваться интегральные оценки, формируемые на основе многих, возможно, разнородных простых показателей (измерителей).

Хотя КПД являются универсальным инструментом принятия решений, но главная цель использования КПД при совершенствовании бизнес-процессов – это установить формальные измеряемые ориентиры, по которым можно оценить эффективность деятельности – по времени использования, используемым ресурсам, качеству результата.

При этом процедуры, связанные с получением значений измерителей, вычислением КПД и формированием отчетов, должны быть встроены в бизнес-процессы.

Бизнес-процесс – это логические серии взаимосвязанных действий, которые используют ресурсы предприятия для создания или получения в обозримом или измеримо предсказуемом будущем полезного для заказчика (внутреннего или внешнего) выхода, такого как продукт или услуга.

Бизнес-процесс является совершенным, если обеспечивает достижение бизнес-целей предприятия, выраженных количественно – в форме специально спроектированных измеряемых показателей. При этом состав и структура процесса являются второстепенными, важен лишь результат – обеспечение бизнес-целей.

В системе оценки деятельности по ключевым показателям вводится определенный набор измерителей, определяется место каждого измерителя в структуре бизнес-процессов. Значения измерителей должны фиксироваться в ходе исполнения бизнес-процесса, а КПД должен рассчитываться на основании этих измерителей.

В модели бизнес-процесса для каждого связанного с ним измерителя определяются моменты получения его значений, а для каждого КПД – моменты его расчета.

И, наконец, для каждого измерителя определяются методики измерений (фиксация фактического значения, экспертная оценка, прогноз), а для каждого КПД – формула для расчета на основании измерителей.

Определяются также должностные лица, ответственные за предоставление и хранение этой информации.

При измерении значений ключевого показателя деятельности (КПД) может быть обнаружена положительная или отрицательная динамика изменений.

При отрицательной динамике изменений может быть выявлена необходимость совершенствования бизнес-процесса или же в рамках существующего бизнес-процесса может потребоваться некоторое корректирующее воздействие на исполняющие его подразделения (единовременное действие или использование набора predetermined мероприятий).

В случае, когда ухудшение показателей носит системный характер, необходима разработка организационных и информационно-технологических механизмов, обеспечивающих по результатам измерений бизнес-процессов реализацию его улучшений. Эти механизмы в свою очередь становятся составной частью бизнес-процесса.

При случайном отклонении или внештатной ситуации, когда корректирующее воздействие на отклонение не требует вмешательства в функциональную структуру бизнес-процесса, будет использовано единовременное управляющее решение или набор процедур.

Наличие положительной динамики значений ключевых показателей деятельности (постоянное превышение целевых значений) означает, что позитивные изменения во внутренней деятельности или внешней среде обеспечили компании новый, более высокий уровень деятельности, что позволяет пересмотреть ее стратегию, а значит изменить целевые значения ключевых показателей деятельности.

Такой цикл обратной связи может быть организован в виде системы управления по отклонениям.

Система управления по отклонениям реагирует на изменения значений КПД в случае их отклонения порогового значения посредством запуска в действие некоторого набора заранее определенных мероприятий, зафиксированных в соответствующих планах или инструкциях.

Аналогия может быть следующая: руководитель увидел на циферблате контрольного прибора отклонение стрелки в красную зону (пороговое значение КПД), оценил, сильно ли «зашкало» (анализ степени критичности отклонения), и нажал на кнопку управления (ввел план мероприятий по действиям в этой ситуации).

Это означает, что в контуре стратегического управления компанией необходимо предусмотреть разработку «правил игры» - выработать состав КПД и их целевые (пороговые) значения, регламенты проведения измерений, сформировать набор планов мероприятий по каждому типовому случаю реагирования на отклонения.

В контур управления по отклонениям при этом войдут процессы:

- замера значений КПД;
- анализа критичности обнаруженных отклонений;
- информирования об обнаруженном отклонении;
- принятия решения о запуске корректирующих процедур (например, выпуск приказа по компании о вводе в действие заранее подготовленного плана мероприятий).

Прежде чем управлять бизнес-процессом, необходимо определить его владельца – лицо, ответственное за весь процесс в целом. Право владения процессом – это основа процессного управления и необходимое условие успешного выполнения его отдельных циклов. Отсутствие владельцев процессов существенно снижает управляемость компанией.

Таким образом, на первом шаге к управлению процессами, после того как становится понятной их функциональная структура, определяются владельцы процессов, отвечающих за структуру и ход всего процесса в целом, за измерения в нем, за обеспечение эффективности, производительности и адаптируемости как процесса в целом, так и его составных частей.

Учитывая то, что бизнес-процессы обычно носят сквозной характер, позиция владельца предполагает его ответственность за работу различных функциональных подразделений, но не подменяет собой существующих организационных единиц в структуре компании.

В зависимости от этапа жизненного цикла продукции могут различаться следующие классы значений КПД:

- целевые значения КПД – значения показателей, которые необходимо достичь для того, чтобы обеспечить достижение бизнес-целей компании. Формируются на этапе разработки маркетинговой стратегии компании и используются в качестве нормативов для различных категорий работ;
- прогнозные значения КПД – это значения показателей, которые могут быть достигнуты в конкретных обстоятельствах внутренней и внешней среды. Формируются на этапе маркетинговых исследований и являются предварительными ориентирами для принятия решений по линейке продукции;
- плановые значения КПД – значения показателей, которые планируется достичь по результатам внедрения конкретной продукции. Формируются на этапе проектирования продукции при разработке технико-экономического обоснования. Являются основанием для принятия решения о разработке продукции;
- фактические значения КПД – значения показателей, рассчитанные на основании реальных данных, полученных при реализации процессов.

На основании сравнения целевых и фактических плановых и фактических значений, а также анализа динамики КПД принимаются решения, которые могут лежать как в области развития бизнеса, так и в операционной области.

Положительная динамика показателей свидетельствует о наличии позитивных тенденций во внешней и внутренней средах, что может явиться основанием для пересмотра целевых значений КПД, а в случаях серьезных успехов – для изменения стратегических приоритетов на уровне бизнес-целей компании.

Значения КПД проявляются в ходе исполнения тех или иных бизнес-процессов и для каждого показателя существует совершенно конкретное место его вычисления или измерения в каком-либо бизнес-процессе. Это означает, что в структуру бизнес-процессов должны быть включены соответствующие функции, а в должностные инструкции лиц, задействованных в этом процессе, - обязанности по фиксации значений КПД.

Можно отметить, что в начальный период применения системы КПД целесообразно сконцентрировать ответственность за сбор первичных данных по всем КПД в одном подразделении, сотрудники которого должны пройти специальное обучение. Далее по мере адаптации персонала компании к новой технологии и внедрению необходимой ИТ-поддержки функции сбора первичных данных могут быть переданы непосредственным участникам бизнес-процесса.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Дмитриев О.Н., Екшембиев С.Х.** Стратегическое управление авиационно-промышленной корпорацией России. - М.: КНОРУС, 2008.
2. **Костромина Е.В.** Управление экономикой авиакомпании. - М: НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2007.

THE MAIN FEATURES OF AIRLINES ACTIVITY

Borzova A.S., Zheleznaja I.P.

In the article the procedure of the estimation of the activity of airline, utilized for decision making during the control process is described.

Key words: the main features of airlines activity, business-process.

Сведения об авторах

Борзова Анжела Сергеевна, окончила Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (1993), кандидат экономических наук, доцент кафедры организации перевозок на воздушном транспорте МГТУ ГА, автор 20 научных работ, область научных интересов – экономика гражданской авиации.

Железная Ирина Петровна, окончила МГТУ ГА (2003), кандидат технических наук, доцент кафедры организации перевозок на воздушном транспорте МГТУ ГА, автор 14 научных работ, область научных интересов – организация перевозок и коммерческая работа авиакомпаний.

УДК 656.7.072

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

Г.С. ВОРОНИЦЫНА, М.И. РЕБЕЗОВА, Р.Т. СУРИНОВ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Фридляндом А.А.

В представляемой работе проанализированы тенденции развития дополнительных услуг СВВТ в сочетании с развитием каналов дистрибуции и ИТ. Приведены общая схема организации дистрибуции дополнительных услуг и документооборот, основанный на первичных документах – EMD.

Ключевые слова: система взаиморасчетов на воздушном транспорте (СВВТ НСАВ-ТКП); глобальные распределительные системы (ГРС); информационные технологии; дополнительные услуги пассажирского транспорта; электронный многоцелевой документ.

Гражданская авиация в мире несмотря на положительный тренд показателей перевозок пассажиров испытывает серьезные финансовые затруднения, вызываемые как субъективными, так и объективными причинами.

Одним из эффективных путей повышения доходности авиакомпаний является реализация дополнительных платных услуг, как связанных с авиаперевозками, так и не связанных с ними.

СВВТ следует указанной тенденции и предоставляет авиакомпаниям и провайдерам дополнительных услуг современные технологии продаж, электронного документоформления и взаиморасчетов в нейтральной среде. Развитие дополнительных услуг требует диверсификации и оптимизации каналов их распределения, выставляет новые требования к их ИТ.

Целью исследования является анализ тенденций развития дополнительных услуг авиакомпаний и СВВТ на основе критического обзора многочисленных публикаций и увязки проблемы развития спектра дополнительных услуг с проблемами развития каналов дистрибуции услуг, обеспечивающих их ИТ, и документооборота в нейтральной среде.

Пассажирский коммерческий воздушный транспорт в последние годы достиг предкризисного уровня, перевезя в 2011 г. около 2.8 млрд. пассажиров [1]. Коэффициент занятости кресел составил около 0,8. Доходы и расходы авиакомпаний совместно с грузовыми перевозками составили в 2011 г. около \$590 и \$575 млрд. соответственно. Перевозчики выплатили около \$54 млрд. провайдерам. Однако мировая гражданская авиация отягощена накопленными за предшествующее десятилетие убытками в размере свыше \$50 млрд.

Основными проблемами мировой гражданской авиации, порождающими причины существенного роста затрат и убытков авиакомпаний, *остаются*: террористические акты и рост расходов на борьбу с терроризмом; природные катаклизмы; рост напряженности в мире; нестабильная финансово-экономическая ситуация; цены на топливо; монополизм поставщиков услуг.

Уже в этом году уровень затрат авиакомпаний также повысится в связи с принятием решения Евросоюзом о сборах на выброс в атмосферу CO₂ при полетах через его страны.

Международные организации (ICAO, IATA), правительства стран и сами авиакомпании в настоящее время реализуют серьезные проекты, влияющие на снижение затрат на авиаперевозки. К ним относятся: реализация основных мероприятий Концепции IATA «Взгляд в 2050 год»; реализация программы IATA «Упрощение бизнеса»; реализация программы IATA «КПП будущего»; либерализация международных актов, направленная на реализацию принципа открытого неба и введение уведомительного порядка использования воздушного пространства; структурирование, объединение авиакомпаний; меры безопасности, реализуемые за счет государственных бюджетов; спрямление воздушных трасс; внедрение сокращенных минимумов интервалов вер-

тикального эшелонирования воздушных судов (RVSM); широкое применение стратегии «low cost» классическими авиакомпаниями; борьба с Интернет-мошенничеством; ввод в действие технологии электронного билета; ввод в действие технологии EMD и т.д.

Россия считается одним из перспективных рынков авиаперевозок [2]. Основные показатели коммерческого ВТ РФ представлены в табл. 1 [3, 4].

Таблица 1

Характеристика перевозок пассажиров коммерческим воздушным транспортом РФ

Показатели	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Перевозки пасс. (млн.)	23	36.5	39.6	45.1	49.8	45.1	57	64.1
в т.ч. международные перевозки (млн.)							27.7	31.4
Пассажирооборот (млрд.пкм)	53.4	85.8	93.7	111	122.6	112.5	147.1	166.8
в т.ч. международные перевозки (млрд. пкм)							87.5	100.4
Процент занятости кресел							78.2	77.2

В табл. 2 представлены итоги деятельности 5 российских авиакомпаний, выполнивших более 50% от общего объема перевозок авиапассажиров [4].

Таблица 2

Перевозки пассажиров и пассажирооборот за 2010 г. и 2011 г. ведущих авиакомпаний РФ

Авиапредприятие	Перевезено пассажиров, млн. чел.			Пассажирооборот, млн. пасс. км.			Процент занятости пассажирских кресел		
Месяц / год	январь-декабрь		% к пр.	январь-декабрь		% к пр.	январь-декабрь		% к пр.
	2010	2011		2010	2011		2010	2011	
Аэрофлот – РА	11.29	14.17	125.6	34777	42021	120.8	77.2	77.5	+0.3
ТРАНСАЭРО	6.65	8.45	127.2	26294	33180	126.2	83.7	82.9	-0.8
ЮТэйр	4.42	5.8	131.3	7982	11119	139.3	77.0	73.1	-3.9
Сибирь	4.84	5.13	106.1	10278	10543	102.6	76.5	75.6	-0.9
Россия	3.07	3.54	115.1	6242	7191	115.2	75.3	75.3	0
Итого по 5 а/к	30.26	37.1	122.6	85574	104054	121.6			
Уд.вес 5 а/к от общего рынка ГА, %	53.1	57.9		58.2	62.4				

С 2000 г. в гражданской авиации России наблюдался устойчивый рост пассажирских авиаперевозок. В 2009 г. рынок испытал глубокий спад, количество пассажиров сократилось с 49,8 до 45,1 млн. пасс. (на 9,5%). Однако в 2010 г. и 2011 г. рост рынка возобновился.

В целом с 2000 г. по 2011 г. количество перевезенных пассажиров увеличилось почти в 2,8 раза, пассажирооборот – более чем в 3,1 раза. Рост пассажирских перевозок несколько отстает, а пассажирооборота – опережает контрольные цифры Транспортной стратегии РФ (табл. 3) [5].

Более 50 % перевозок выполняют 5 крупных компаний (57,9 % – по перевезенным пассажирам и 62,4% – по пассажирообороту): «Аэрофлот»; «ТРАНСАЭРО»; «ЮТэйр»; «Сибирь»; «Россия».

Финансовые результаты работы воздушного транспорта РФ в целом отображают мировые тенденции. При ежегодном росте доходов авиаперевозчики пока «наращивают» свои убытки [6].

В РФ авиакомпании несут дополнительные затраты, обусловленные налогами и таможенными пошлинами на ввоз и эксплуатацию зарубежной авиатехники; неразвитостью наземной

инфраструктуры и системы сборов за ее использование; сдерживанием применения электронного билетооформления и документооформления при интермодальных перевозках и продажах дополнительных услуг; протекционизмом по назначенным перевозчикам на воздушных линиях.

Таблица 3

Прогноз перевозок пассажиров и пассажирооборота
по инновационному варианту развития транспортной системы России до 2030 г.

Показатели	2000	2010*	2015*	2020*	2030*
Перевозки пасс. (млн.)	23,0	59,5	86,1	126,5	240,0
Пассажирооборот – всего, млрд. пасс./км	53,4	144,1	204,3	290,0	593,0

*Прогноз в соответствии с Транспортной стратегией РФ на период до 2030 года

Несмотря на трудности, российские авиакомпании непрерывно повышают эффективность своей работы, реализуя в частности такие проекты: вступление в международные альянсы; объединение и консолидация авиакомпаний; попытки или намерения создания авиакомпаний-дискаунтеров (low-cost); учет «льготных миль» пассажиров в авиакомпаниях по партнерским программам, напрямую не связанным с перевозкой; использование для маркетинга баз часто летающих пассажиров и т.д.

Повышение эффективности работы авиакомпаний связано не только с сокращением расходов. *Важное значение имеет увеличение доходов*, которое обеспечивает развитие авиакомпаний.

Оказание дополнительных услуг – основная тенденция мировой гражданской авиации в сфере повышения доходности.

Дополнительные услуги условно разделяются на две группы:

- дополнительные услуги, непосредственно связанные с перевозкой пассажиров или с собственной деятельностью авиакомпаний;
- посреднические услуги по перепродаже товаров и услуг других поставщиков.

Традиционными *дополнительными услугами первой группы* являются услуги авиакомпании другим перевозчикам по наземной обработке, техобслуживанию, материально-техническому обеспечению, консалтингу, чартерам, поставкам бортпитания, беспопышлинной торговле и др.

В последнее десятилетие к первой группе добавились услуги пассажирам, связанные непосредственно с перевозкой, когда из перевозки вычлняются все второстепенные услуги, ранее входившие в основной тариф. Происходит дробление тарифа и такие «раздробленные» услуги оплачиваются по отдельному прейскуранту.

Одной из важнейших платных услуг пассажирского транспорта первой группы является бронирование и продажа перевозок, которая на российском ВТ включает: оформление билетов пассажирам; финансовые расчеты с пассажирами за оформление билетов; бронирование мест с последующим оформлением перевозочной документации; отмена бронирования и возврат платежей пассажиру при отказе от полета; предоставление пассажирам информационных услуг о расписании движения самолетов, тарифах, наличии свободных пассажирских мест и др.; прием заказов на бронирование мест по телефону; доставка билетов заказчику; организация работы выездных кассиров по продаже перевозок в местах проведения массовых мероприятий.

Дополнительные услуги второй группы – это услуги, которые напрямую не связаны с перевозкой. К ним относится торговля самыми разнообразными товарами и услугами других поставщиков по каналам распределения перевозчика.

В результате появилась *новая стратегия управления доходами* авиакомпаний, наиболее характерная для авиакомпаний-дискаунтеров. Суть стратегии – *«коэффициент занятости кресел важнее выручки от продажи перевозки»*. Чем больше пассажиров будет на борту, тем большее количество дополнительных услуг можно продать на рейсе. Чем дешевле тариф на перевозку,

тем меньше услуг в него включено. На европейском рынке самой продвинутой авиакомпанией со сверхдешевыми перевозками и обширнейшим набором дополнительных услуг является авиакомпания «Ryanair» [7], генеральный директор которой Майкл О'Лири в конце 2001 г. сформулировал концепцию дополнительных доходов – это *замещение доходов от перевозок доходами от дополнительных услуг*.

Общая формула успеха:

<больше партнеров> + <миллионы посетителей сайта> + <миллионы пассажиров> + <агрессивность> = <большая дополнительная выручка>.

Диверсификация услуг авиакомпаний привела к долгосрочному тренду эволюции программ для часто летающих пассажиров в программы для часто покупающих пассажиров [8], основу которых составляет начисление «милей» не только за авиаперевозки, но и за покупки дополнительных услуг.

Основные и дополнительные услуги авиакомпаний необходимо довести до конечного потребителя – пассажира. В связи с этим возникает еще одна из важнейших задач повышения доходности авиакомпаний – *диверсификация каналов распределения* этих услуг (расширение спектра каналов) и *выбор эффективных ИТ каналов* для конкретной авиакомпании.

Основой ИТ каналов распределения являются *автоматизированные системы бронирования* (АСБ) и *ИТ он-лайн доступа к АСБ*. АСБ разделяются на *инвенторные системы* перевозчиков (Inventory) и *глобальные распределительные системы* (ГРС), не зависящие от перевозчиков. ГРС являются мощнейшим каналом дистрибуции, но их практически монопольные цены за свои услуги идут «вразрез» с политикой авиакомпаний по сокращению расходов. В этой связи авиакомпании, не имея потенциальной возможности отказаться от услуг ГРС в связи с высоким уровнем и разнообразием спектра их услуг, в противовес – расширяют спектр своих услуг через свои инвенторные системы и пытаются ограничить доступ агентов через ГРС к своему полному контенту (для примера технология American Airlines Direct Connect) [10]. Однако авиакомпании далеко не готовы к отказу от услуг ГРС. Продукты АСБ авиакомпаний находятся еще не на таком высоком уровне, как продукты ГРС с индивидуальными предложениями и сформированными пакетами услуг по месту продажи. Поэтому сокращение объема услуг ГРС авиакомпаниями в будущем маловероятно.

Еще одним проектом, нацеленным в будущее, становится намерение компании Google сконцентрировать в своих руках продажу путешествий в Интернете, обещая более выгодные и комфортные условия за счет объединения возможностей своего Интернет-поисковика с одной из лучших систем отслеживания авиатарифов – ITA Software [11]. Однако ведущие агенты он-лайн («Expedia» и др.) объединяются против этого проекта, обвиняя компанию Google в нарушении антимонопольного законодательства.

Доступ к АСБ осуществляется как по классическим системам связи, так и через Интернет. Теперь стали возможны продажи перевозок и дополнительных услуг непосредственно через *мобильные телефоны* с соответствующим электронным билето- и документооформлением.

Переход к глобальному информационному обществу (Global Information Society – GIS) [12] – это новые вызовы для развития инфокоммуникационных услуг во всех отраслях деятельности человечества, в том числе и в гражданской авиации. Как подчеркивается в Окинавской Хартии GIS, принятой лидерами «восьмерки» в 2000 г., «информационно-коммуникационные технологии (ИТ&Т) являются одним из наиболее важных факторов, влияющих на формирование общества XXI века». Основу инфокоммуникационных услуг в таком обществе составят *сети нового поколения NGN (Next Generation Network)*. Понимание сетей NGN укладывается в следующие постулаты [13]: все виды услуг ИТ&Т для пользователя – «из одной розетки» (интеграция и мультисервисность); трафик данных более весом по сравнению с речевым трафиком, поэтому он ставится в центр NGN.

Решение проблем ускорения роста он-лайн продаж связано с использованием сетей NGN в сочетании с услугами «электронного консультанта» (как ИТ-приложения) для обеспечения

мультимедийного резервирования услуг пассажирского воздушного транспорта в АСБ. Клиент, резервируя и покупая перевозку и дополнительные услуги, «общается» не только с «электронным движком» на сайте перевозчика или агента, но и использует мультимедийные продукты, как IT-приложения NGN, для он-лайн консалтинга, обеспечивая наиболее эффективный выбор услуг.

Каналы распределения услуг пассажирского воздушного транспорта и доведения их до клиентов-пассажиров подразделяют на прямой канал (без посредников) и многоуровневые каналы, в которых могут быть один или более посредников.

В прямом канале распределения перевозчик продает свои услуги через собственные офисы и представительства в режимах офф-лайн или он-лайн.

К числу многоуровневых каналов относят логистические цепочки сети продаж перевозчика – агентов он-офф-лайн: <агент>; <агент – субагент>; <генеральный агент – агент – субагент>.

В качестве агента может быть и другой перевозчик со своими каналами распределения. Агенты он-лайн – это агенты, продающие услуги перевозок и дополнительные услуги только через трэвел-сайты. Крупнейшие из них в мире – «Expedia», «Orbitz», «Travelocity» и др.

В различных цепочках многоуровневого канала распределения перевозчика кроме систем взаиморасчетов (СВР) используются *собственные документы перевозчика*.

В последние два десятилетия *важнейшие каналы распределения услуг* перевозчиков и других поставщиков индустрии путешествий – это *мировые системы взаиморасчетов*: ARC (Airlines Report Corporation) – преимущественно в США; BSP (Billing and Settlement Plan) IATA (International Air Transport Association) – в мире, кроме США; CBVT с управляющим органом Транспортная Клиринговая Палата – преимущественно в СНГ.

По своей значимости *СВР превосходят другие каналы распределения*, т.к. являются системами, обеспечивающими продажи и взаиморасчеты по услугам многих перевозчиков и поставщиков услуг путешествий и туризма через сети аккредитованных агентств. СВР предоставляют аккредитованным агентам и авиакомпаниям-участникам для оформления продаж перевозок и дополнительных услуг в основном собственные электронные *стандартные перевозочные документы* (СПД). СВР, как и авиакомпании, развивают дополнительные услуги.

В завершение приведем разработанную авторами *интегрированную схему логистики и документооборота* по предоставлению *дополнительных услуг в СВВТ* (рис. 1). Дополнительные услуги в СВВТ – продажи и взаиморасчеты: по пассажирским железнодорожным перевозкам; перевозкам поездами «Аэроэкспресс»; автобусным перевозкам; услугам путешествий и туризма.

Технология расчетов за дополнительные услуги в СВВТ обеспечивает: резервирование услуг пассажирам; прием от пассажиров платежей; оформление электронных МСО (маршрут/квитанции); возврат платежей при отказе пассажиров от зарезервированных услуг.

Остановимся подробнее на логистических схемах документооборота и движения денежных средств при продажах воздушных перевозок и дополнительных услуг в СВВТ. Маршрут движения документов в СВВТ неразрывно связан с маршрутом движения денежных средств.

На рис. 1 взаимоотношения участников определены следующим образом.

Клиент оплачивает услугу АВС (перевозку, дополнительную услугу и т.д.) и получает от АВС документы, подтверждающие оплату, и документ, удостоверяющий право на получение услуги (билет, ЕМД-квитанцию).

Аккредитованное агентство (на рисунке – АВС) получает от клиентов оплату за купленные услуги; предоставляет клиентам документы, подтверждающие оплату и право на получение услуг; получает от ТКП информацию о продажах; отчитывается перед ТКП; перечисляет в ТКП выручку от продаж услуг за вычетом своей комиссии.

ТКП получает от АВС отчетность и выручку; направляет АВС и поставщикам услуг информацию о продажах; перечисляет поставщикам выручку; получает оплату за собственные услуги.

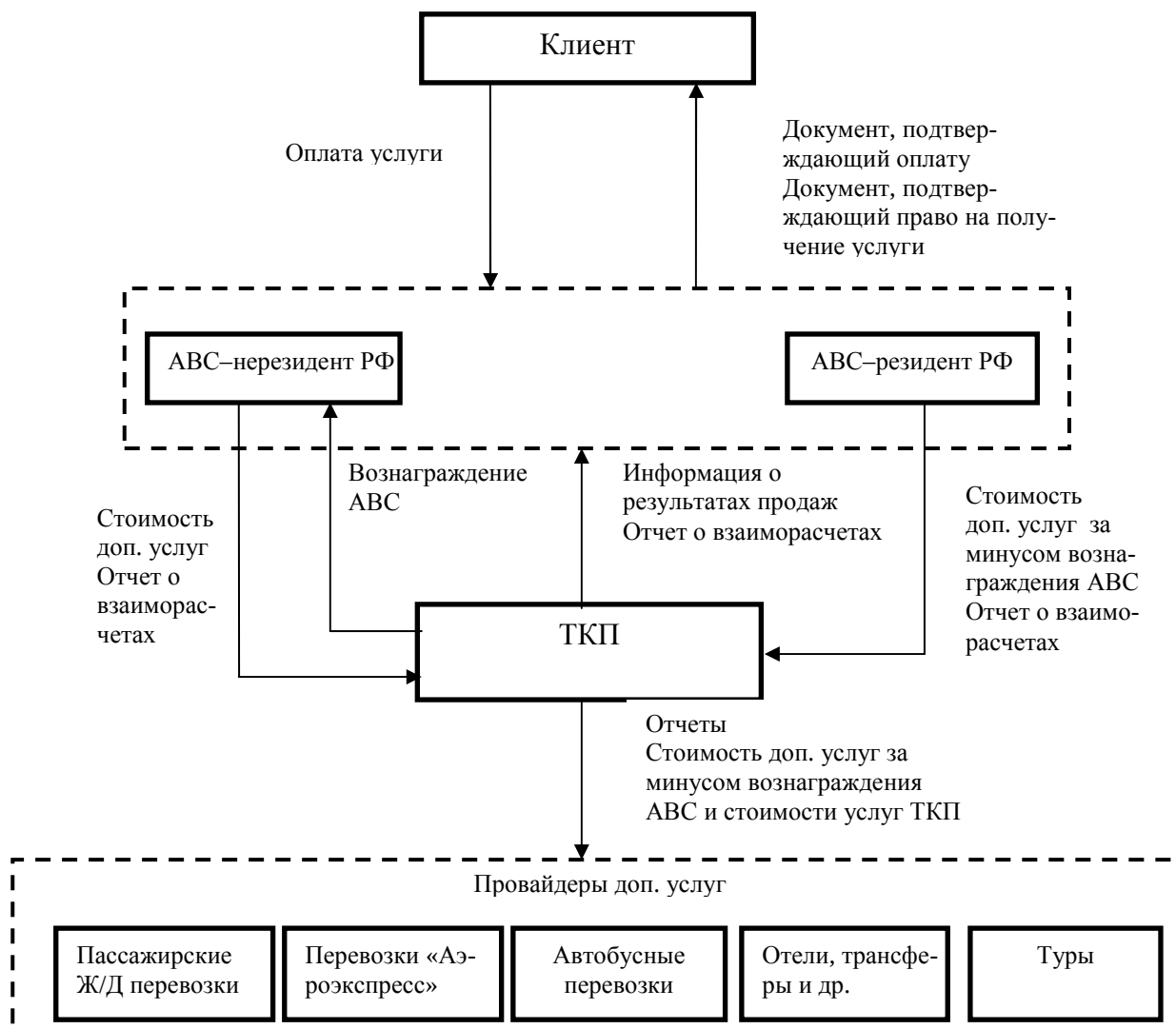


Рис. 1. Интегрированная схема логистики и документооборота по предоставлению дополнительных услуг в СВВТ

Поставщики услуг (перевозчики, поставщики дополнительных услуг и др.) получают от ТКП информацию о продажах; выручку от продаж; услуги по взаиморасчетам.

В заключение отметим:

1. Объемы пассажирских перевозок и доходы авиакомпаний растут, но рост затрат приводит к нарастанию убытков. Поэтому международные организации, правительства и авиакомпании реализуют программы и меры, направленные на снижение затрат.

2. Одной из основных тенденций мирового авиапассажирского транспорта в сфере повышения доходов является оказание разнообразных дополнительных услуг, как собственных, так и других поставщиков. В связи с этим повышается значимость диверсификации каналов дистрибуции этих услуг и ИТ их обеспечения. Развитию ИТ-продуктов он-лайн способствует не только переход отрасли на полное электронное билетоформление перевозок пассажиров, но и переход на электронные многоцелевые документы для оформления продаж дополнительных услуг.

3. На рынке дистрибуции услуг пассажирского транспорта появляются новые «игроки», такие как компания *Google*, намеревающаяся сконцентрировать в своих руках продажу путешествий в Интернете за счет объединения возможностей своего Интернет-поисковика с одной из лучших систем отслеживания авиатарифов – *ITA Software*.

4. В ближайшем будущем следует ожидать появления «электронных консультантов» и других мультимедийных продуктов, как IT-приложений сети NGN для обеспечения резервирования услуг пассажирского воздушного транспорта в АСБ.

5. Мировые СВР, включая и СВБТ, все больше выходят за рамки воздушного транспорта, превращаясь в интегрированные системы продаж услуг всех видов транспорта и туризма в нейтральной среде и обеспечивая взаиморасчеты между всеми участниками продаж.

6. Эффективность оптимизации состава, диверсификации и совместного использования различных дистрибутивных каналов, их «настройки» на распределение основных и растущего спектра дополнительных услуг определяют основные тенденции развития бизнеса авиакомпаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Centre for Asia Pacific Aviation, IATA. Что год грядущий нам готовит? / Обзор иностранных отраслевых публикаций // Информационный бюллетень. - Декабрь 2010 г. - № 47.
2. Airline leader. 08.2011. Российская авиация на пороге чего-то особенного / Обзор иностранных отраслевых публикаций // Информационный бюллетень. - Сентябрь 2011 г. - № 50.
3. Электронный ресурс: www.gks.ru
4. Электронный ресурс: http://www.favt.ru/favt_new/?q=novosti/novosti/novost/1685
5. Транспортная стратегия РФ на период до 2030 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 22 ноября 2008 г. № 1734-р. Электронный ресурс: www.mintrans.ru.
6. Официальный печатный орган Минтранса РФ «Транспорт России». Электронный ресурс: <http://www.transportrussia.ru/vozdushnyy-transport/chto-god-minuvshiy-nam-gotovil.html>
7. Предложение, от которого нельзя отказаться. www.traveldailynews.gr.
8. Plank W. The Wall Street. Journal online. 5.02.2010 г.
9. Махарева Э.И., Русс А.А., Суринов Р.Т. Основы Системы взаиморасчетов на воздушном транспорте: уч. пособие Института транспорта и связи. – Рига, 2011.
10. Электронный ресурс: http://www.aa.com/i18n/agency/General/aa_direct_connect.jsp. Updated March 23, 2011 г.
11. Lidtke M., Tessler D. «Google Enters the Battle». Canadian Business 16.02. 2011 г.
12. The Global Information Society Project. <http://www.global-info-society.org>.
13. Бакланов И.Г. NGN: принципы построения и организации / под ред. Ю.Н. Чернышова. – М.: Эко-Трендз, 2008. - С. 11.

CIVIL AVIATION PROGRESS TREND IN PASSENGER AIR TRANSPORTATION AND SUPPLEMENTARY SERVICES

Voronitsyna G.S., Rebezova M.I., Surinov R.T.

There is an analysis of ATSS supplementary services progress trend combined with distribution channels and IT development in the represented article. In addition, the general scheme of supplementary services distribution arrangement and flow of documentation based on initial documents (EMD) are given there.

Key words: Air Transport Settlement System - ATSS, Global Distribution System - GDS, Information Technology – IT, Supplementary Services, Electronic Miscellaneous Document - EMD.

Сведения об авторах

Вороницына Галина Сергеевна, окончила Московский инженерно-экономический институт (1974), заведующая кафедрой организации перевозок на воздушном транспорте МГТУ ГА, автор 30 научных работ, область научных интересов - коммерческая деятельность авиапредприятий, организация продажи и взаиморасчетов при перевозках.

Ребезова Марина Ильинична, окончила МАИ (1995), начальник отдела Транспортной клиринговой палаты, автор 3 научных работ, область научных интересов - системы и технологии взаиморасчетов.

Суринов Роман Татевосович, 1983 г.р., окончил МАИ (2006), председатель совета директоров ОАО FPG Rosaviaconsortium, автор 1 научной работы, область научных интересов - Air sales proceedings; IT.

УДК 656.7.078:629.73

АЭРОПОРТ КАК ЛОГИСТИЧЕСКИЙ И РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ И РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

ВЕЛАПАТИНЬО СЭНДИ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Афанасьевым В.Г.

Рассматривается повышение конкурентоспособности аэропорта путем применения современных логических методов.

Ключевые слова: воздушный транспорт, конкурентоспособность, экономика, развитие, аэропорт, логистика, авиакомпания.

В условиях рыночной экономики применение современных логистических методов требует не только совершенствования информационных технологий, но и существенных изменений в стратегии управления этими технологиями. Такой подход направлен на повышение конкурентоспособности и улучшение экономических результатов всех участков аэропорта. Это предполагает формирование принципиально новых взглядов на роль инновационной стратегии и логистических инструментов межотраслевого взаимодействия предприятий.

Создание авиатранспортного логистического центра дает возможность аэропорту стать ведущим в любой стране или регионе. При создании такого логистического центра можно обеспечить высокий уровень обслуживания авиакомпаний, клиентов и пассажиров. Подобный проект предусматривает создание авиатранспортного узла, обеспечивающего взаимодействие с другими видами транспортной инфраструктуры. Главными положительными сторонами проекта будут являться оптимизация товарного потока, удобство и сокращение затрат потребителя, развитие отношений между участниками различных рынков, а также дополнительных услуг для пассажиров, грузоотправителей. При условии роста числа компаний, оказывающих различные услуги в аэропортовом комплексе, перспективным становится строительство в непосредственной близости от аэропорта отдельного офисного или офисно-гостиничного комплекса.

Крупные международные аэропорты можно рассматривать как настоящие города из-за сложности их организации и размеров. Иногда этот факт оказывает негативное влияние на пассажиров, которые всегда сталкиваются с ожиданиями, задержками, неудобным контролем и т.д.

В связи с этим становится актуальной проблема исследования деятельности аэропорта как логистического и распределительного узла, такой подход позволит оценить конкурентоспособность аэропорта в регионе.

Одним из аспектов конкурентоспособности будет являться своевременная синхронизация потока движения пассажиров и сложных процессов аэропорта для удовлетворения потребностей клиентов путем внедрения инновационных методов.

Сегодня перелёт - это самое обычное дело. Всего за несколько минут любой человек может отправиться на другой конец света, достаточно купить билет через интернет. Процедура покупки занимает не больше двух минут, и в результате клиент ожидает встретить такую же эффективность по прибытии в аэропорт. Сегодня мы входим в центр парадокса, с которым сталкиваются ведущие компании воздушного транспорта. Необходимо решить, как согласовать эти две точки: скорость обслуживания и сложность организации промышленного комплекса.

Ежегодно миллионы человек проходят через аэропорты, которые удовлетворяют потребности пассажиров, экипажей и работников. Такие аэропорты с большим потоком пассажиров выполняют множество процессов, играя роль представителей разных авиакомпаний и организаций (полиция, таможня, менеджеры, сотрудники и персонал технического обслуживания самолетов

и т.п.). В повседневной работе аэропорта заняты более пятидесяти тысяч человек. Каждый процесс имеет свои трудности и приоритеты.

Авиакомпании играют одну из главных ролей в работе аэропорта. Их главная цель - это упрощение как можно большего количества процедур для пассажиров, связанных с полетом (приобретение билета, регистрация багажа и т.д.), а не для полицейских и сотрудников таможни. Прохождение всех видов контроля в аэропорту занимает достаточно много времени. Аэропорт также является пунктом концентрации огромного количества грузов, в том числе продуктов с коротким сроком хранения, керосином для самолетов и др. Это и процессы доставки еды, отслеживания багажа, управление терминалами прилета и вылета, распределение парковочных мест и т.д.

Как и любой бизнес, аэропортовая деятельность подвержена рискам не только экономическим, но и рискам, связанным с природными явлениями, такими как атмосферные. В разные времена года использование воздушного транспорта изменяется и не все аэропорты имеют одинаковые возможности, чтобы справиться с этими изменениями. Экономическая эффективность деятельности авиакомпаний требует от них совершать больше ежедневных рейсов. Здесь задержка рейса из-за отсутствия парковочных мест, потери последовательности в организации поставок и т.п. может привести к эффекту наложения на обслуживающий комплекс работ, требующих более широкий диапазон.

Как совместить двойную проблему воздушного транспорта: пассажир, ожидающий качественное, быстрое и личное обслуживание, и организация процессов, которая предоставит все эти услуги? Авиакомпании делают все возможное и используют все ресурсы, которые они имеют в своих руках, чтобы предлагать быстрое и эффективное обслуживание (интернет бронирование, электронный билет, онлайн-платежи и т.д.). Пассажиру тяжело принимать разницу между «золотой» мечтой, которую предлагает интернет, и реальностью в аэропорту (множество контрольных пунктов, раздражающие процедуры выставления счетов, очереди на борт). Уменьшить это различие авиатранспортная отрасль стремилась всегда.

В Америке сегодня используют многочисленные инструменты, которые позволяют ускорить все эти процедуры (регистрация, контроль и т.д.). Разработанная несколько лет назад технология на основе биометрии позволяет полиции быстро определить путешественников по отпечаткам пальцев или радужной оболочке глаза.

Например, багаж сегодня следует через меченые с RFID-технологии. RFID (Radio Frequency Identification, радиочастотная идентификация) - это метод автоматической идентификации объектов, в котором посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в так называемых транспондерах или RFID-метках. Эта система информирует путешественника о своём багаже во всех пунктах полета, позволяет ускорить и улучшить поток операций контроля, освобождает путешественника от неудобных процедур, а также обеспечивает быстрый и надежный сервис.

В современных условиях актуальным становится движение в направлении аэропорта как логистического центра. Необходимо пересмотреть общий контроль над аэропортами. Сегодня аэропорт – это деятельность отдельных игроков: авиакомпании, работники аэропорта, управление воздушным движением, полиция, таможня, внешние поставщики услуг и т.д. Приоритеты некоторых людей иногда сталкиваются с организационной деятельностью других, что создаёт трудность в координировании работы в целом. На сегодняшний день необходимо рассматривать работу с точки зрения процесса в целом. Аэропортовая деятельность – деятельность, направленная на обеспечение координации набора надёжной и мгновенной информации, информационных систем со всей их сложностью. Это такие структуры, как управление ресурсами человека, различная техника, безопасность и эффективность операций. Информационные системы должны больше отвечать необходимости адекватно и одновременно управлять, адаптироваться ко всем процессам, видам деятельности, нагрузкам и потокам.

Крупные аэропорты Латинской Америки должны задуматься о том, что необходимо сделать для улучшения процессов, чтобы они являлись логистическими центрами.

Создание современного транспортно-логистического центра станет стимулом для развития новых маршрутов. Например, Международный аэропорт Хорхе Чавез, расположенный в столице Перу в городе Лима, и его стратегическое расположение на середине побережья запада Южной Америки, сделало из него один из важных хабов континента и для бизнеса это является «оптимальной моделью». Государство и в дальнейшем будет развивать эту транспортную инфраструктуру.

Конечной целью здесь должно являться развитие аэропорта до уровня «логистического хаба Южной Америки», так как выгодное геополитическое положение экономической зоны является главным преимуществом, которое позволяет Перу играть важную функцию связующего звена между странами Латинской Америки и Европы в сфере логистики.

Правительство республики создало крупномасштабную Свободную индустриально-экономическую зону и в настоящее время активно привлекает иностранные инвестиции. Твердое намерение Перуанского правительства осуществить экономическое развитие с широким привлечением инвестиций может способствовать развитию аэропорта до уровня крупнейшего в Южной Америке международного логистического центра.

За прошедший период времени было создано всё необходимое для развития инфраструктуры, включая грузовой терминал, ангары, помещения для хранения топлива и другие.

Для более эффективной деятельности аэропорт сегодня часто проводит учебные стажировки для сотрудников и предпринимает меры по оптимизации рабочего процесса.

За последние годы пассажирские и грузовые перевозки в Перу претерпели ряд положительных изменений, которые привели к повышению как количества, так и качества предоставляемых транспортных услуг. Закон о свободной экономической зоне в области Лимы также благоприятствует бизнесу транспортного комплекса региона. Грузооборот главного порта Лимы как составного звена транспортного комплекса растет, автомобильные перевозки становятся все более и более востребованными. Возросшие требования к качеству выполняемых транспортных услуг порождают необходимость систематизации и оптимизации затрат времени и денежных средств на транспортировку грузов, перемещение пассажиров. Одним из возможных решений данной задачи является создание единого логистического центра в регионе Лимы. Эффективное развитие транзитных пассажиро - и грузопотоков будет невозможно без глобальных телекоммуникаций, информационных систем и информационно - компьютерных технологий. Возрастающие роли информационных потоков в глобальной логистике обусловлено следующими основными причинами.

Во-первых, для потребителей во всем мире информация о статусе заказа, наличии товара, сроках поставки, отгрузочных документах и т.п. является необходимым элементом потребительского логистического сервиса.

Во-вторых, с позиций управления запасами в глобальных логистических цепях наличие полной и достоверной информации позволяет сократить потребность в запасах, оборотном капитале и трудовых ресурсах за счет уменьшения неопределенности в спросе.

Наконец, в-третьих, информация увеличивает гибкость управления движением грузопотоков с точки зрения того, как, где и когда можно использовать необходимые материальные, финансовые ресурсы для достижения конкурентных преимуществ.

В условиях особой экономической зоны этого региона создание логистического центра (ЛЦ) особенно актуально и благоприятно. Это связано с предоставлением таможенных и экономических льгот, выгодным экономико-географическим положением области, наличием порта, а также широкими возможностями по внедрению перспективных информационных технологий на транспорте. При создании ЛЦ можно решить следующие задачи:

- увеличить объем предоставляемых перевозчиками услуг;
- сократить сроки доставки грузов до соответствия современным требованиям;

- привлечь дополнительный объем грузоперевозок и снизить стоимость перевозок;
- повысить уровень качества предоставляемых услуг пассажирам до международного уровня;
- развить систему подготовки, отправки, сопровождения в пути и выдачи получателю грузов и багажа;
- развить систему предварительного уведомления представителей таможи о предстоящем поступлении грузов, пересекающих границу;
- сократить временные затраты на транспортировку грузов, багажа, простоя транспортных средств;
- сократить время передачи транспортных и грузовых единиц с одного вида транспорта на другой;
- автоматизировать контроль за местонахождением транспортных и грузовых единиц;
- автоматизировать проверки возможностей и сроков отправки/доставки грузов;
- создать систему непрерывного обучения кадров всех уровней международной логистической системы электронного обмена деловой и коммерческой информацией с использованием методов дистанционного обучения.

Задачи, которые стоят перед структурами аэропорта будущего - это снижение рисков и разработка систем, способных синхронизировать информацию на каждом этапе различных процессов для возможности централизованного управления на основе логистической системы.

ЛИТЕРАТУРА

1. ACI Statistics Manual: a practical guide to addressing best practice.
2. REVISTA AEREA. Edición en español (Авиационный журнал).
3. AVION REVUE INTERNATIONALE.
4. Петрунин С.В. Логистика. – М.: МГТУ ГА, 2004.

AIRPORT AS A LOGISTICS AND DISTRIBUTION CENTER FOR THE IMPROVEMENT OF NATIONAL AND REGIONAL COMPETITIVENESS

Velapatio Sandy

This article is devoted problems facing most large airports, and offers possible solutions. In this article a new approach to the airports logistics and distribution centers is introduced.

Analyzing innovations in technology and technological processes used in airport activity successful players in airline industry, which allow them to remain competitive. Set specific objectives to achieve the optimum operation of the airport, to create favorable conditions for the activities of all participants in the aviation market.

Key words: air transport, competitiveness, economy, development, technology, airport, logistics, airline.

Сведения об авторе

Велапатиньо Сэнди, окончила МГТУ ГА (2009), аспирантка кафедры менеджмента МГТУ ГА, автор 2 научных работ, область научных интересов – экономика, маркетинг, финансовый менеджмент.

УДК 338.47:347.821.4

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ АВИАПЕРЕВОЗОК

Д.А. ЗОЛОТАРЕВА

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Фридляндом А.А.

В статье рассматриваются методы формирования затрат на безопасность авиаперевозок для создания программного модуля.

Ключевые слова: безопасность полетов, авиационная безопасность, государственные программы, экономическая оценка, контрольные параметры, программный модуль.

Безопасность рассматривается как совокупность элементов контроля факторов риска авиаперевозок с обоснованием необходимых и достаточных средств на ее реализацию. Безопасность относится к качественным понятиям, определяет степень достижения ситуации, когда риск причинения вреда лицам или нанесения ущерба имуществу снижен до приемлемого уровня и поддерживается посредством непрерывного процесса выявления источника опасности и контроля факторов риска.

Обеспечение безопасности авиаперевозок (БА) включает поддержание на приемлемом уровне безопасности полетов (БП) и авиационной безопасности (АБ). БП и АБ определяются требованием общества и являются приоритетной задачей и главным показателем качества деятельности гражданской авиации (ГА). БП как характеристика ГА зависит от качества работы ее составных звеньев: эксплуатируемой авиационной техники, летного и технического персонала, наземной техники и персонала служб управления воздушным движением и обеспечения полета. АБ предназначена для защиты от актов незаконного вмешательства в деятельность ГА и обеспечивается комплексом мер, предусматривающих создание и функционирование служб АБ: охрану аэропортов, воздушных судов (ВС) и объектов ГА, досмотр членов экипажей, обслуживающего персонала, пассажиров, ручной клади, багажа, почты, грузов и бортовых запасов, предотвращение и пресечение попыток захвата и угона ВС.

Основной задачей обеспечения БА является предотвращение авиационных происшествий (АП) - катастроф и аварий и их предвестников - авиационных инцидентов (АИ), связанных с отклонениями в действиях авиационного персонала и работе авиационной техники, а также незаконным вмешательством в деятельность ГА. Обеспечение БА основывается на управлении факторами риска и заключается в обозначении, оценке и уменьшении факторов риска до наименьшего практически возможного уровня.

Процесс взятия под организационный контроль факторов риска для БА начинается с определения вероятности появления факторов риска как возможности возникновения небезопасного события или состояния с оценкой серьезности и допустимости факторов риска. В условиях рынка важной является экономическая стратегия контроля безопасности, включающая оценку материальных затрат на обеспечение приемлемой БА и выбор приоритетов между безопасностью и коммерческой эффективностью авиационной деятельности.

Концепция приемлемого уровня безопасности на практике выражается показателями и заданными уровнями и реализуется путем применения различных требований. Показатели являются мерой достигнутых результатов, а заданные уровни определяются с учетом того, какие уровни безопасности являются желательными. В целом задача заключается в том, чтобы задать и измерить конечные показатели для определения соответствия данной системы ожидаемым

результатам и выяснить возможные аспекты, где требуется предпринять определенные меры для достижения указанного ожидаемого уровня.

В настоящее время созданы соответствующие поставленной задаче системы управления безопасностью полетов (СУБП) как управленческие механизмы для осуществления контроля и управления факторами риска, прогнозирования и устранения проблем в области БП.

Для контроля и управления факторами риска СУБП оснащается аппаратными и программными средствами, обеспечивающими сбор, накопление и прохождение достоверной, полной, своевременной и доступной информации.

Деятельность СУБП основана на законодательных актах и нормативных требованиях, эффективное соблюдение которых обеспечивается за счет:

- а) применения научно-обоснованных методов управления факторами риска;
- б) экономической ответственности по обеспечению БП;
- в) активной корпоративной культуры безопасности.

В качестве информационного обеспечения СУБП используют средства объективного контроля полетов, которые позволяют обобщить опыт эксплуатации, выявить опасные тенденции в практике производства полетов и разработать рекомендации, направленные на повышение БП.

Работоспособность систем и оборудования объективного контроля полетов в объеме контролируемых параметров осуществляется с использованием специализированных программ и программ экспресс-анализа.

Результатом деятельности СУБП являются разработка и внедрение организационных процессов и процедур, направленных на выявление угрожающих факторов, контроля или снижения влияния факторов риска.

Последовательность обработки информации в СУБП можно представить так:

- входная информация считывается с помощью воспроизводящего устройства и в зависимости от совместимости записи информации с накопителем через программно-аппаратный интерфейс связи или стандартные входные устройства вводится в компьютер;
- алгоритмы экспресс-анализа как процедуры логического анализа записанных параметров движения ВС, работы его силовых установок и функциональных систем на соответствие требованиям и рекомендациям включены в состав конструкторской документации и в программное обеспечение систем обработки полетной информации для каждого типа технических средств, допущенных к использованию;
- выходная информация в текстовой и графической форме выдается на экран видеотерминала и регистрируется на бумажном носителе с помощью принтера и графопостроителя.

Таким образом, теоретическое обобщение материалов показывает, что, осуществляя управление и контроль факторами риска, прогнозирование проблем в области БП, система позволяет анализировать большое количество информации.

Однако практическое применение показывает, что для эффективной работы СУБП требуется корректировка действий государственных полномочных органов по совершенствованию документов, регламентирующих функционирование системы, и авиакомпаний по их применению.

Оценка состояния практики СУБП подтверждает, что отдельные авиакомпании разрабатывают необходимые для внедрения системы локальные акты, накапливают опыт практического применения и используют свои оригинальные способы и приемы получения информации о факторах опасности, тем самым складывается практика принятия срочных и перспективных решений для локализации или исключения рисков.

Но во многих случаях формирование СУБП остановилось на отчетном периоде его представления и не стало повседневным средством работы руководящего состава авиакомпаний, что говорит о превращении СУБП в формальность.

Таким образом, есть неурегулированные вопросы методического и научного сопровождения процесса внедрения СУБП. При этом внедрение СУБП в российских авиакомпаниях своевременно, а определение поэлементных затрат на обеспечение безопасности и контроль уровня

эффективности результатов деятельности актуально. Опыт отечественной авиации подтверждает, что в нашей стране освоение СУБП тормозится не только несовершенством законодательной и нормативной базы, недостаточной квалификацией руководителей в области управления этой сложной системой, но и их опасениями в условиях рынка снизить эффективность авиаперевозок до критического уровня.

Принятие решения о первоочередности затрат по БА требует своевременного их измерения и оценки влияния как на обеспечение безопасности, так и на финансовый результат деятельности авиакомпании.

Основной задачей программного модуля при постоянно пополняемой базе является обеспечение в режиме реального времени достоверной информацией по любому объекту авиационного комплекса с глубокой детализацией.

Решение поставленной задачи требует совершенствования и накопления объективных данных по информационным уровням СУБП:

- законодательным и нормативным актам по производству полетов в ГА;
- материалам по расследованию авиационных происшествий (АП) и инцидентов;
- результатам сертификационного контроля;
- материалам надзорно-инспекторской деятельности;
- аналитическим сведениям по оценке состояния БП;
- результатам контроля и оценки факторов риска;
- мониторингом состояния БА авиапредприятия.

Рассматривая затраты на обеспечение безопасности как элемент снижения коммерческой эффективности, анализируем прямые потери, которые включают страховое покрытие и по сути являются сокращением прибыли, и скрытые, которые включают ущерб репутации, юридические процедуры, штрафы, сокращение клиентуры и утечку квалифицированных кадров.

Если риск прямых потерь является страхуемым, то риск падения доверия потенциальных пассажиров к воздушному транспорту после АП – нет. К сожалению, рыночные обратные связи между уровнем БА и доходами авиакомпаний носят краткосрочный характер и на долгосрочных интервалах нивелируются. Практически признано, что рыночные силы недостаточно эффективно обеспечивают заинтересованность авиаперевозчиков в повышении БА и в этом отношении необходим жесткий государственный контроль.

Для учета экономических параметров, определяющих стратегию, координацию деятельности всех подразделений авиапредприятия в структурную составляющую экономической модели включены параметры укрупненных групп факторов, формирующих основные затраты:

- объем и структура авиатранспортной продукции;
- маршруты перевозок;
- технический уровень транспортного процесса (внедрение новой техники и прогрессивной технологии, механизация и автоматизация работ и т.д.);
- внетранспортные факторы (изменение цен на топливо и материалы, аэропортовых ставок и сборов, тарифов на электроэнергию и т.п.).

За логическую основу при проектировании программного модуля возьмем соотношение уровня безопасности и необходимых финансовых затрат на его обеспечение, зависимость вероятности АП от вложенных в обеспечение безопасности финансовых средств. В объеме располагаемых финансовых ресурсов выделим область приемлемого риска как по опасности АП, так и по опасности банкротства. Сокращение затрат на безопасность авиаперевозок ограничивается величиной, при которой прибыль достигнет максимального в данных условиях значения, а риск – критической области. С ростом затрат на безопасность авиаперевозок и уменьшением прибыли до минимальной величины возрастает вероятность банкротства предприятия.

Алгоритм построен на использовании финансовых ресурсов из области приемлемого риска для повышения БА в условиях жесткого контроля государства и развития рыночных отношений с использованием механизма СУБП для выявления и оценки аварийных факторов-причин авиа-

ционных происшествий и их преобразования через вводимые параметры в направленные затраты по предупреждению АП.

В качестве входных параметров используем:

- результаты наземных, бортовых и наземно-бортовых интегральных устройств сбора полетной информации;
- накопленные СУБП авиакомпаний статистически обработанные систематизированные данные с рекомендациями по устранению выявленных нарушений БП;
- информацию о систематически возникающих угрожающих факторах, операционных рисках и ошибках, совершаемых персоналом с выделением приоритетов для осуществления мероприятий по улучшению БП;
- данные интуитивно-логического анализа проблемы с количественной оценкой суждений с представлением результатов в логико-математической модели;
- расход по авиационной безопасности, соответствующей категории и классу данного авиапредприятия.

Для перевода вводимой информации в учетные экономические натуральные или денежные показатели используются государственные, отраслевые и фирменные нормативы и тарифы, применяемые при расчете затрат на оказываемые услуги.

Функцию контрольных параметров в модели выполняют соотношение затрат на обеспечение безопасности и финансовых результатов деятельности авиатранспортной системы или авиационного предприятия на рынке высокой конкуренции.

Для определения совокупных вложений в безопасность авиаперевозок программный модуль разрабатывается на базе языков программирования с использованием в качестве исходной информации данных СУБП, LOSA, АБ и рекомендаций, формируемых на основании экспертной оценки безопасности авиаперевозок.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Волинский-Басманов Ю.В., Корнилов В.Н.** Проблемы законодательного обеспечения авиационной безопасности // Закон и право. – 2007. - № 8.
2. **Стариков А.И.** Безопасность полетов летательных аппаратов. - М.: Транспорт, 1988.
3. **Миротников А.В. и др.** Экономика гражданской авиации. - М.: Транспорт, 1975.

ECONOMIC ESTIMATE ENSURE OF SAFETY AIR CARRIAGE

Zolotareva D.A.

The article considers approach to the formation expenses of safety air carriage for create a software modul.

Key words: safety in flights, aviation safety, government programmes, economic estimate, control parameters, software module.

Сведения об авторе

Золотарева Дарья Александровна, окончила МГТУ ГА (2010), аспирантка кафедры организации перевозок на воздушном транспорте МГТУ ГА, автор 1 научной работы, область научных интересов – экономика авиапредприятий, проблемы безопасности полетов на воздушном транспорте.

УДК 656.078.13

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

В.И. КОСТИН

Статья представлена профессором, доктором экономических наук Фридляндом А.А.

В статье исследуется категория экономической безопасности – исторические аспекты ее формирования, ее содержание, место в структуре безопасности в целом, ее системный характер и соотношение с такими подсистемами системы безопасности, как политическая; социальная; информационная; научно-техническая; экологическая; демографическая; рассматриваются цели экономической политики России, согласующиеся с ее национальными интересами и стратегическими национальными приоритетами.

Ключевые слова: безопасность, национальная безопасность, национальные интересы, экономическая безопасность, отраслевая безопасность.

Понятие безопасности используется наукой со времен Античности. Преимущественно применяются два подхода к этому понятию. Первый связан с возможностью защиты государства и индивидов от разного рода угроз в политических и хозяйственных отношениях (Платон), второй – с возможностью приспособления человека к среде (Аристотель, Демокрит) [1], т.е. акцент делался либо на общественной и государственной безопасности, либо на безопасности индивидуальной. Второй подход представлен в психологии, где безопасность рассматривается как базовый уровень жизнедеятельности, составляющий основу потребностей человека и предоставляющий возможность максимального развития способностей и самореализации (А. Маслоу)¹. Первый подход остается доминирующим вследствие своей комплексности и рассмотрения безопасности человека в тесной взаимообусловленности с общественной безопасностью.

Однако и первые, и вторые авторы увязывали это понятие с хозяйственно-экономическими отношениями, создающими условия для безопасности государства и его граждан. С правовыми аспектами это понятие стало соотноситься в Римской культуре, где законодательство рассматривалось как условие регламентации общественно-экономических и политических отношений и соответственно безопасности. Безопасность соотносилась с включением недружественных варварских племен в состав Римской империи. Мыслители Средневековья в границах христианской телеологии связывали это понятие с верой и божественным провидением, соотнося безопасность либо с действиями по защите Христианства (католицизм), либо с индивидуальным поиском спасения (протестантизм), либо с соборностью (православие). В словаре 1190 г., составленном английским мыслителем Роббером, понятие безопасность определяется как «спокойное состояние духа человека, считающего себя защищенным от любой опасности» [2].

Мыслители Нового времени (Ф. Бэкон, Т. Гоббс, Дж. Локк) безопасность связывали с возможностями государства, которое они – в рамках теории общественного договора – трактовали как созданное «для охраны и защиты» человека [3]. Они акцентировали внимание на том, что «при установлении государства люди руководствуются стремлением избавиться от бедственного состояния войны, являющегося необходимым следствием естественных страстей людей там, где нет видимой власти, держащей их в страхе и под угрозой наказания принуждающей к выполнению соглашений и соблюдению естественных законов» [4]. Функция обеспечения безопасности как отдельного человека, так и человеческого сообщества выдвигалась мыслителями как основная функция государства, которое создано людьми «для общей защиты» и сделано

¹ Как известно, «пирамида» состоит из пяти иерархизированных уровней потребностей: 1 - физиологических, направленных на поддержание функционирования организма; 2 - в самосохранении и безопасности как условиях существования человека; 3 - в любви и общении; 4 - в самоутверждении, самоуважении, признании; 5 - в творчестве, красоте, самосовершенствовании.

«путем договора ответственным за обеспечение мира» [4]. В соответствии с этим безопасность трактуется как ситуация спокойствия, связанная с отсутствием реальной опасности и обусловленная материальными и политическими условиями, созданными соответствующими органами и организациями.

Понимание безопасности как основной функции государства было развито французскими просветителями Д. Дидро, П. Гольбахом, К. Гельвецием, представителями английской классической политэкономии А. Смитом и Д. Риккардо, идеологами США Дж. Вашингтоном и Т. Джефферсоном - автором «Декларации независимости», а также основоположниками марксизма. А. Смиту принадлежит одно из первых исследований рыночной экономики как экономики стихийного рынка, кризисов и безработицы. В XX в. к этой проблеме подойдет экономист Дж. М. Кейнс, который в книге «Общая теория занятости, процента и денег» представит обоснование необходимости государства регулировать эти процессы.

Документом, который стал предшественником современных концепций безопасности в России, явилось «Положение о мерах к охранению государственного порядка и общественного спокойствия» 1861 г., где общественная безопасность трактуется как деятельность, направленная на борьбу с государственными преступниками и являющаяся прерогативой политического сыска [2].

Одним из основоположников современной концепции безопасности считается итальянский социолог начала XX в. В. Парето. Он увязывал безопасность с комплексом факторов, обусловленных развитием экономики, политики, обороноспособностью. Парето считал, что безопасность связана не только с внешними факторами и угрозами, но и с внутренними. Среди внешних выделяются: угроза военной экспансии, глобальные экономические кризисы, мировая политическая нестабильность, волатильность рынков ценных бумаг. Идея о существовании внутренних угроз, в том числе угрозы техногенных катастроф, различного рода кризисов, террористической агрессии, несбалансированности рынка стала особенно актуальной в связи с осложнением политико-экономической ситуации не только на международном уровне, но и на национальном.

Характерно, что безопасность до недавнего времени понималась исключительно как внешняя безопасность или внутренняя политическая безопасность. Об этом свидетельствует то, что в США стратегии внутренней безопасности не существовало до 2002 г. Ведущим документом, отражающим положение страны в глобальном пространстве и определяющим ее цели и задачи, была Стратегия национальной безопасности США, разрабатываемая ежегодно. Она включала в себя определение интересов, целей и устремлений США, направления внешней политики, предложения по использованию стратегического потенциала страны для защиты национальных интересов, оценку ее возможностей по обеспечению национальной безопасности. После теракта 11 сентября 2001 г. стало очевидно, что безопасность определяется не только международным положением страны, но и многими внутренними факторами. В результате появился новый документ - Национальная стратегия внутренней безопасности.

Недооценку внутренней – общественно-политической и экономической безопасности наглядно иллюстрирует и пример России. В Советском Союзе уровень межнациональной безопасности (оборонной и государственной) был очень высоким. В России в 1934 г. понятие безопасности соотносилось с политической безопасностью – созданием объединений, организаций, союзов, попыткой проведения в жизнь конституционного принципа свободы совести. Все это привело к ослаблению безопасности общества и личности [2]. Вместе с тем, уровень внутренней - экономической – безопасности, связанной с государственным плановым управлением экономикой, ее производственной и ресурсной составляющими, не был достаточным для сохранения СССР паритетного с США положения сверхдержавы. Ослабление экономической безопасности стало причиной нарушения общественно-политической безопасности, что и привело к распаду Советского Союза.

Сегодня очевидно, что необходимым условием обеспечения национальной безопасности является внутривнутриполитическая и экономическая безопасность, которая обеспечивает националь-

но-государственные интересы и цели. Они существуют не только внутри страны, но и вне ее, влияя на международное положение государства, определяя его место в международном разделении труда, обуславливая его конкурентоспособность и безопасность.

Таким образом, *безопасность можно определить как такое состояние системы, которое характеризуется устойчивостью, способностью к развитию и противостоянию внешним и внутренним угрозам, в качестве которых выступают как целенаправленные действия отдельных субъектов взаимодействия, так и факторы саморазвития системы.* Иными словами, безопасность выступает как сложная система, состоящая из различных уровней и подсистем, каждый из которых обеспечивает сохранение и развитие как собственной подсистемы, так и системы в целом.

Безопасность носит системный характер, *подсистемами (сферами) системы безопасности являются:*

- экономическая (в том числе финансовая);
- политическая;
- социальная;
- информационная;
- научно-техническая;
- экологическая;
- демографическая.

Экономическая безопасность является одной из подсистем национальной безопасности в целом, тесно связанной с политической, социальной, экологической, научно-технической и т.п., так как не может быть военной безопасности при слабой и неэффективной экономике, точно так же, как не может быть ни военной безопасности, ни эффективной экономики в обществе с социальными конфликтами [5].

Понятие экономической безопасности является сегодня одним из основных, наиболее непосредственно связанным с национальной безопасностью страны. Это связано, во-первых, с различиями в национальных интересах разных государств, которые неизбежны даже несмотря на интеграционные процессы между ними и которые требуют прочного экономического состояния страны для обеспечения ее конкурентоспособности; во-вторых, с обострением политической борьбы между странами ввиду их различной обеспеченности природными ресурсами; в-третьих, с усиливающейся конкуренцией между странами в сфере финансово-банковских услуг, в производстве и сбыте товаров.

Основными уровнями в системе безопасности являются:

- международный;
- национальный;
- региональный;
- отраслевой;
- уровень хозяйствующих субъектов, предприятий и корпоративных образований;
- личностный.

На уровне *международной глобальной экономической безопасности* затрагиваются интересы практически всех государств мирового сообщества. Международная безопасность направлена на предотвращение глобальных угроз человечеству, таких как глобальные экологические катастрофы, в частности, глобальное потепление, пандемии смертельно опасных вирусных заболеваний, международный терроризм, и международной региональной безопасности, затрагивающей государства определенного региона – Тихоокеанского, Евразийского, Азиатского. Соответственно *международная экономическая безопасность* – это такое состояние мировой экономики, которое обеспечивает взаимовыгодное сотрудничество государств в решении национальных и глобальных проблем, позволяющее осуществлять странам собственную политику и реализовывать выбранную ими стратегию социально-экономического развития.

Национальная безопасность связана с безопасностью отдельного государства. Национальный уровень экономической безопасности выступает как защищенность жизненно важных интересов граждан, общества и государства, обеспечение невмешательства в развитие государства со стороны иных государств; предотвращение экологических угроз национального масштаба; гарантия рационального использования природных ресурсов, обеспечение развития сферы науки и образования, повышение эффективности функционирования всех отраслей народного хозяйства, в том числе транспортных инфраструктур, экономической свободы и социальной справедливости, реализация социальной защиты населения и повышение уровня его жизни, обоснование системы приоритетов решения социально-экономических задач, сохранение национальных ценностей и образа жизни, как обеспечение развития страны.

Подобное понимание национальной безопасности позволяет не только нейтрализовать угрозы, действующие в настоящем времени, но и предотвращать возможные будущие угрозы, обеспечивая устойчивость системы национального государства к вызовам современности. Этот аспект национальной безопасности подчеркивался ещё в Послании Президента РФ Федеральному Собранию 1996 г., где обращалось внимание на то, что «Обеспечение национальной безопасности Российской Федерации – это деятельность государства, всего общества и каждого гражданина в отдельности, направленная на защиту национальных интересов и национальных ценностей и их приумножение. Она, однако, не сводится к защите. Идея национальной безопасности тесно связана с концепцией устойчивого демократического развития, выступает в качестве ее неотъемлемой части и одновременно условия ее реализации».

Региональный уровень экономической безопасности связан с концентрацией в регионах ресурсных, экологических, демографических факторов развития производства. Актуализация регионального подхода организации политической и экономической деятельности связана с развитием рыночной экономики и большей экономической самостоятельности регионов. Региональная экономическая безопасность связана со способностью региона обеспечивать функционирование экономики в режиме расширенного воспроизводства и обусловлена:

- сбалансированным участием региона в системе национального хозяйственного развития;
- рациональным использованием ресурсов – природных, демографических, социальных; созданием экономических и правовых условий, исключающих теневую экономику, коррупцию и криминализацию общества;
- развитием научного и технологического потенциала;
- обеспечением приемлемого уровня жизни населения;
- устойчивостью банковско-финансовой системы.

Региональный уровень экономической безопасности сочетается с *отраслевым*, связанным с конкурентоспособностью, проявляющейся в востребованности продукции на рынке, технологическом совершенствовании, инвестиционной привлекательности. Отраслевой принцип функционирования экономики доминировал в условиях планового хозяйства, где в границах отрасли были налажены горизонтальные связи между предприятиями и вертикальные между отраслями и где были – согласно плановым заданиям – гарантированы не только поставки сырья и оборудования, но также сбыт и цены на продукцию. В условиях рыночной экономики отрасли функционируют менее слаженно, в их работе проявляется значительное число факторов, связанных со свободной конкуренцией, что препятствует развитию экономики в границах устойчивости, предсказуемости и управляемости и влияет на их экономическую безопасность.

Экономическую безопасность транспорта можно определить как такое состояние данной экономической системы, при котором она – в соответствии с целями и задачами отрасли – проявляет способность к эффективному развитию и стабильному функционированию, созданию условий для предотвращения внутренних и внешних угроз. Сущность экономической безопасности транспорта состоит в том, чтобы удовлетворять спрос населения, хозяйствующих субъектов и государственных органов на перевозки грузов и пассажиров при соблюдении безопасно-

сти, которая выражается в соответствующих отраслевых стандартах, нормативах и нормах, применяемых как в РФ, так и в странах ЕС.

Уровень безопасности хозяйствующих субъектов, предприятий и корпоративных образований связан со снижением угроз их деятельности и созданием условий их стабильного функционирования. Обеспечение безопасности предприятий и корпораций проявляется в таких качествах, как стабильность роста, финансовая устойчивость, эффективность использования капитала, правовая, коммерческая, имущественная и информационная защищенность, защищенность персонала, конкурентоспособность, независимость, эффективность менеджмента, обновляемость технологий и информационной базы.

Уровень экономической безопасности личности связан с ее биосоциальной природой, где человек выступает одновременно и социальным существом, развивающимся в условиях человеческого сообщества, и биологическим существом, функционирующим в окружающей среде. В первом случае безопасность человека определяется таким состоянием его жизнедеятельности, которое обеспечивает правовую и экономическую защиту его жизненных интересов, соблюдение конституционных прав и обязанностей, возможности самореализации и саморазвития. Во втором случае необходимо поддержание основных параметров среды обитания человека: физической, химической, биологической, радиационной и т.п., а также наличие ряда физических, социальных и индивидуальных условий, необходимых для поддержания безопасности: соматической (защита от травм), энергетической (защита от голода, истощения), физиологической (поддержание здоровья), психической (поддержание нормального функционирования мозга и нервной системы), духовной (поддержание морали, ценностной системы, целевых установок на созидательную деятельность). В числе ведущих факторов, характеризующих личную безопасность, являются экономические факторы, связанные с возможностью обеспечения вышеперечисленных условий.

Иерархия уровней безопасности России имеет специфику, связанную с тем, что отечественная экономика в отдельных своих проявлениях имеет черты переходного типа от командно-административной системы управления к рыночной.

Обеспечение экономической безопасности государства соотносится с целями экономической политики, согласующимися с национальными интересами РФ и стратегическими национальными приоритетами. Национальные интересы - совокупность внутренних и внешних потребностей государства в обеспечении защищенности и устойчивого развития личности, общества, государства. Стратегические национальные приоритеты – важнейшие направления обеспечения национальной безопасности, по которым реализуются конституционные права и свободы граждан, осуществляется устойчивое социально-экономическое развитие и охрана суверенитета страны, ее независимости и территориальной целостности.

Наиболее важными национальными интересами России являются:

- *в сфере государственной безопасности и национальной обороны* – предотвращение войн и конфликтов, обеспечение суверенитета Российской Федерации, ее территориальной целостности и военной безопасности, стратегического сдерживания в интересах сохранения стабильности конституционного строя, институтов государственной власти, призванных обеспечить основные права и свободы граждан, политической, социальной стабильности;
- *в сфере экономического развития* – создание условий для обеспечения национальной безопасности и возможности независимого автономного устойчивого развития, достижение необходимого уровня экономической безопасности, вхождение России в среднесрочной перспективе по объему валового внутреннего продукта в число пяти стран-лидеров;
- *в сфере науки и образования* – сохранение и развитие научно-технического потенциала, необходимого для обеспечения конкурентных преимуществ национальной экономики и обороны, повышение уровня общего и профессионального образования граждан России и обеспечение его доступности;

- в сфере здравоохранения и здоровья нации – увеличение продолжительности жизни, снижение инвалидности и смертности за счет улучшения уровня медицины и качества медицинского обслуживания;
- в сфере экологической безопасности – обеспечение сохранения и защиты природной среды, рациональное использование природных ресурсов, обеспечение экологической безопасности хозяйственной деятельности;
- в информационной сфере – развитие современных информационных технологий и обеспечение гражданам РФ равного доступа к информации, обеспечение безопасности функционирования государственных информационных ресурсов;
- в сфере культуры – сохранение духовных и нравственных ценностей нации, традиций гуманизма и патриотизма, обеспечение возможности творческой самореализации личности, сохранение культуры народов и этносов и развитие национальной культуры.

В соответствии с национальными интересами России основными *целями и задачами ее экономического развития* являются:

- создание условий устойчивого экономического роста для обеспечения национальной безопасности и повышения уровня жизни населения;
- повышение экономической эффективности развития регионов и отраслей на основе эффективности управления, рационального использования сырья и природных ресурсов, увеличения производительности труда;
- развитие внешней торговли в соответствии с экономическими интересами России;
- проведение политики импортозамещения за счет производства высокотехнологичных товаров и оборудования;
- восстановление и сохранение позиций отечественных экспортеров на внешних рынках;
- поддержание достаточного уровня производственного и научно-технического потенциала;
- укрепление финансово-кредитной системы, повышение эффективности налоговой системы;
- обеспечение благоприятных для России условий обслуживания внешнего долга, в том числе его погашения;
- упрочение положения рубля как национальной валюты на внешнем рынке ликвидности;
- обеспечение материальной и социальной стабильности на основе стабильности цен, социальной справедливости, гарантии социальных прав и свобод;
- предотвращение конфликтов между отдельными слоями и группами населения, имеющих экономические причины;
- обоснование системы приоритетов в решении социально-экономических задач;
- обеспечение полной занятости трудового населения с учетом квалификации.

ЛИТЕРАТУРА

1. История древнего мира / под ред. И.М. Дьяконова, В.Д. Нероновой, И.С. Свенцицкой. - М., 1982. - Кн. 2.
2. Гончаренко Л.П. Управление безопасностью: учеб. пособие / Л.П. Гончаренко, Е.С. Куценко. - М.: КНОРУС. - 2010. - С. 20-22.
3. Гоббс Т. Соч.: в 2 т. - Т. 1. - М. - 1965. - С. 47.
4. Гоббс Т. Левиафан // Соч.: в 2 т. - Т. 1. - М., 1965. - С. 192-197.
5. Абалкин Л.И. Логика экономического роста. - М.: Институт экономики РАН, 2002.

THE PURPOSES AND PROBLEMS OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF RUSSIA

Kostin V.I.

In article the category of economic safety – historical aspects of its formation, its maintenance, a place in safety structure in whole, its system character and a parity with such subsystems of system of safety, as political is investigated; the

social; the information; scientific and technical; the ecological; the demographic; the purposes of economic policy of Russia, consistent with its national interests and strategic national priorities are considered.

Key words: safety, national safety, national interests, economic safety, branch safety

Сведения об авторе

Костин Владимир Иванович, 1959 г.р., окончил МФТИ (1982), Финансовую академию при Правительстве РФ (2000), кандидат физико-математических наук, доцент, ректор МГАВТ, автор более 30 научных работ, область научных интересов – численное моделирование задач аэрогидродинамики, вопросы анализа рисков и экономической безопасности, организация и управление образовательными процессами.

УДК 656.7:658

КАЧЕСТВО УСЛУГ КАК ОСНОВА УСПЕХА АВИАБРОКЕРСКИХ ФИРМ

А.А. КУЗНЕЦОВ, ВУ ДАНГ КУАНГ ЧУНГ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Артамоновым Б.В.

В статье рассматривается возможность повышения конкурентоспособности авиаброкерских компаний на рынке деловых перевозок за счет расширения ассортимента предоставляемых услуг и улучшения их качества.

Ключевые слова: авиаброкеры, качество, рынок деловых перевозок.

В настоящее время одним из динамично развивающихся сегментов рынка авиатранспортных услуг является деловая авиация. Услуги, предоставляемые авиакомпаниями деловой авиации, достаточно обширны. Здесь привлекается целый ряд участников-соисполнителей, отвечающих за отдельные бизнес-процессы, интересы которых не всегда совпадают.

Конкурентоспособность авиаброкерской фирмы на рынке в значительной степени зависит не только от выбранной ценовой политики, но и от стратегии качества, которая предусматривает ориентацию производства на определенную группу потребителей, то есть предполагает работу фирмы на определенном рыночном сегменте, для которого характерны приблизительно одинаковые потребности потенциальной клиентуры при небольшом разрыве в уровне цен.

При оценке «конкурентоспособности продукции» деловой авиации, как правило, основное внимание уделяется качеству продукции. Качество - понятие относительное. Его трудно оценить количественно, но оно всегда субъективно ощущается потребителем товаров или услуг. По сути качество – это выполнение требований и ожиданий клиентов в сопоставлении с произведенными затратами. Удовлетворенность покупателя есть функция степени соответствия между его ожиданиями от товара и восприятием его реальных характеристик. Следовательно, именно потребитель диктует производителю требования по степени совершенства продукции, причем уровень этих требований может существенно отличаться.

Для успешной работы на рынке необходимо брать за основу ключевую идею маркетинга: потребитель заинтересован приобрести не просто продукцию, а найти решение своей проблемы, которую может обеспечить или непосредственно оказанная услуга, или товар через предоставление услуги. Для покупателя товар - это в конечном итоге та польза и сопутствующие услуги, которые он может ему принести. Выигрывает тот производитель, который понимает проблемы потребителя и его психологические установки.

Качество услуги деловой авиации находится на самом высоком уровне по сравнению с другими способами перевозки. Компании, предоставляющие эти перевозки, должны постоянно поддерживать высокий уровень качества по всем составляющим коммерческой услуги. При обращении в конкретную компанию клиент должен быть уверен в том, что сможет приобрести авиатранспортные услуги с любыми составляющими при высоком уровне качества.

Дизайн услуги в деловой авиации может быть выражен во внешнем виде средств предоставления услуги: салон самолёта, оформление терминала, униформа персонала и т.п. Дизайн указанных составляющих учитывается клиентом при выборе поставщика услуги. Индивидуальное восприятие типа ВС в данном случае ассоциируется с уровнем престижа и комфорта, который получают потребители при заказе любых других услуг. В комплекс услуг, предоставляемых авиаброкером, включены: проход через VIP-залы в аэропорту, оперативное решение сложных вопросов, организация срочного вылета в любое время, организация питания на борту с учетом всех требований клиента, трансфер от аэропорта до гостиницы и другие услуги. Во время полета клиента может сопровождать флайт-менеджер, который должен проследить, чтобы

были учтены все нюансы полета, подготовка взлетного поля, взаимодействие с сотрудниками аэропорта и экипажем, заказ питания, организация дополнительных услуг.

Стратегия качества требует от производителя выделения основных составляющих показателей качества предлагаемой продукции, которые отвечают потребностям и ожиданиям определенной группы клиентов, с тем чтобы установить определенные нормы или стандартные требования к товарам или услугам и сориентировать на их выполнение производственные возможности. При разработке стратегии необходимо учитывать, что воспринимаемое качество – понятие динамичное и подверженное переменам, а потому влияющее на эффективность деятельности предприятия. Необходимо проводить мониторинг ключевых показателей качества.

Нет такого понятия, как «абсолютное качество». Продукция качественна настолько, насколько она соответствует запросам и ожиданиям потребителя, насколько она удовлетворяет его запросы. Производить продукцию, превышающую эти запросы, экономически нецелесообразно. Ясно, что сравнение по качеству имеет смысл только для тех товаров и услуг, которые служат для удовлетворения одинаковых потребностей при одном уровне цен.

Разработка конкурентной стратегии, основанной на улучшении качества бизнес-процессов авиаброкерской фирмы, должна опираться на следующие принципы:

- разработка стратегии с учетом циклического характера изменений рыночной конъюнктуры;
- ориентация на долгосрочное улучшение конкурентной позиции компании на выбранном рынке;
- последовательность и продуманность реализации этапов стратегии и корректировки в случае необходимости;
- гибкость стратегии, исключая «остановку на полпути» и обеспечивающая высокую адаптивность;
- вложение инвестиций в устойчивую конкурентоспособность, создание резервов для маневренности;
- разработка многовариантных управленческих решений;
- непрерывность процесса стратегического планирования;
- внимательное исследование позиций конкурентов;
- выявление сильных и слабых сторон, угроз и возможностей (SWOT-анализ), атака слабых сторон конкурента, взвешенная оценка собственных сил при конкурентной борьбе;
- обязательное соблюдение закона и этических норм.

Ключевым моментом управления конкурентоспособностью авиаброкерской фирмы является выбор параметров продукции компании, категоризированных по критерию важности для потребителей. Требование более полного учета запросов потребителей к качеству услуг обуславливает необходимость применения методологии выборочного наблюдения за показателями качества и информационного обеспечения систем контроля на всех этапах процесса производства и реализации услуг. С учетом этого, для того чтобы выиграть в конкурентной борьбе, фирма должна определить значение выбранных показателей у опережающего конкурента, взять их в качестве целевых нормативов и определить рассогласование между ними и своими целевыми показателями. Эффективное управление конкурентоспособностью оказываемых услуг невозможно без количественного выражения показателей их потребительной ценности и установления возможностей их выполнения в реальных условиях производства и потребления продукта.

За конечные результаты реализации продукта главную ответственность несут авиаброкеры. Их деятельность происходит в тесной взаимосвязи с работой наземного и воздушного транспорта, отелей, организаций электросвязи, банков и т.д. в условиях воздействия случайных факторов внешней и внутренней среды, что предполагает стохастический характер их влияния на качество предоставления услуг. В целом в сложившихся условиях функционирования авиаброкерских организаций уровень качества услуг зависит не только от результатов их эксплуатационной деятельности, но также и от результатов работы фирм-партнеров (предприятий инфраструктуры),

участвующих в перевозке и в предоставлении разного рода других услуг. Ориентация на потребителя выражает стремление фирм обеспечить себе наиболее надежный путь к достижению и поддержанию высокой рентабельности производства, к долгосрочной стабилизации положения на рынке.

Каждый участник рынка деловой авиации, устанавливая качество с позиции своего критерия, может вступать в противоречие с заказчиком. Это приводит к предъявлению различных требований к качественным показателям процессов обслуживания и нарушению согласованности в работе между участниками. Поэтому основным направлением обеспечения качества обслуживания является создание у участников объединения экономической заинтересованности в выборе таких стратегий, которые были бы ориентированы на достижение как собственных целей, так и целей заказчика.

При организации успешной работы авиаброкерской компании на рынке и ее ориентации на международные стандарты повышение качества обеспечивает рост нормы прибыли за счет увеличения спроса и ее доли на рынке, а также за счет роста объемов производства (рис.1).



Рис. 1. Влияние изменения качества услуги авиаброкера на прибыль

Выявление конкурентных преимуществ позволяет фирме обоснованно подойти к разработке долгосрочной стратегии и выявить те зоны, в которых она имеет определенные преимущества, а соперники имеют более слабые позиции, где они наиболее уязвимы при конкурентной атаке. Борьба за лучшую позицию на рынке проявляется в конечном счете в стремлении каждого из соперников завоевать «свою» клиентуру и найти для себя наиболее прибыльную рыночную нишу. Затишье в конкурентной борьбе может носить лишь временный характер и прежде всего в условиях повышательной конъюнктуры. В условиях спада производства характер конкурентной борьбы резко обостряется.

Взаимозависимость действий авиаброкеров на рынке определяет характер и последовательность стратегических и тактических маневров как наступательного, так и оборонительного характера в борьбе за конкурентные преимущества. Основная цель оборонительных стратегий авиаброкеров состоит в снижении риска быть атакованным, в возможности выдержать атаку,

если она произойдет, с наименьшими потерями. Это позволяет сохранить имеющиеся конкурентные преимущества и защитить свои рыночные позиции.

Оказывая уникальную услугу, авиаброкерская фирма может рассчитывать не только на успех на рынке, но в отдельных случаях и на получение сверхприбыли. Если же потребительский спрос спрогнозирован неправильно, или же разрабатываемая стратегия плохо продумана или плохо реализована, то затраченные фирмой ресурсы и усилия могут оказаться не только безрезультатными, но и явиться причиной потери рыночных позиций.

Если авиаброкер является лидером в определенном рыночном сегменте и планирует расширить сферы своего влияния, то в качестве источника дополнительного дохода, а также широкого позиционирования своего бренда он может заключать договора франшизы, выступая франчайзером по отношению к партнеру-франчайзи.

Сущность франчайзинга при организации деловых перевозок заключается в дублировании успешного бизнеса одной авиаброкерской фирмы другой на основе взаимовыгодного соглашения, дающего право франчайзи использовать торговую марку франчайзера с опорой на оговоренные стандарты, технологии, организационные схемы, принципы ценообразования и т.д. При этом франчайзер получает процент от прибыли франчайзи.

Авиаброкер-лидер, с одной стороны, координирует деятельность потенциальных конкурентов-франчайзи и создает себе при этом дополнительную рекламу за счет общей марки и получает финансовую выгоду. Однако с другой стороны, при несоблюдении франчайзи условий соглашения имидж бренда ведущей авиаброкерской компании может пострадать, а затраты на необходимый контроль за деятельностью франчайзи могут оказаться убыточными. Важно помнить, что франчайзер и франчайзи не сливаются в одну организацию, а лишь сотрудничают на определенных условиях, а это чревато утечкой информации. К тому же в настоящее время в правовом поле РФ нет закона о франчайзинге.

Помимо договора франшизы авиаброкерская фирма может использовать и другие варианты партнерства, сопряженные с аутсорсингом и инсорсингом, а именно прекращать самостоятельно выполнять ряд функций, если это экономически неоправданно или при изменении законодательства, или наоборот брать на себя новые обязательства в рамках дифференциации или диверсификации. Например, если авиаброкерская компания в рамках реализации стратегии качества сочтет целесообразным обратиться за помощью к консалтинговой фирме по вопросу создания системы менеджмента качества, то бизнес-система прибегнет к аутсорсингу. А если фирма начнет оказывать услуги по принципу «инклюзив-тур», принимая на себя функции туристического агентства, то такой вариант будет воплощением инсорсинга. Здесь все зависит от целей авиаброкерской компании, ее стратегии и возможностей.

Партнерские отношения на рынке деловой авиации могут носить более глобальный характер, чем простые договоренности между двумя организациями. Современные рыночные тенденции заставляют задуматься о положительных сторонах комплексного сотрудничества для более успешного выживания, а также для предоставления клиенту полного пакета услуг с определенным уровнем качества. Любая фирма – участник таких отношений в той или иной степени может и должна нести ответственность за свою деятельность. Она должна быть способна не только ее контролировать, но и своевременно вносить необходимые изменения для обеспечения конкурентоспособности авиаброкерской деятельности. При этом, однако, для головной фирмы весьма затруднительно отвечать за действия всех партнеров, а потребителю сложно объяснить, если услуга его разочаровала, кто при этом виноват.

Чтобы решить достаточно сложную проблему, в решении которой заинтересованы различные участники деловых отношений, было введено понятие «кластер». Под ним подразумевается совокупность организаций, функционирующих на одной территории и взаимосвязанных между собой сферой деятельности, способных дополнять друг друга, осуществлять разноплановые операции, конечным этапом которых является продажа товара или предоставление услуги потребителю. В такую цепочку может попасть и авиаброкерская фирма. Во-первых, участие в кластере

защитит ее от конкурентов, во-вторых, даст возможность пользоваться поддержкой партнеров. Однако зависимость от участников кластера может полностью лишить авиаброкера возможности принимать самостоятельные управленческие решения. Также есть вероятность, что, установив прочные деловые контакты между собой, участники кластера могут отказаться от посреднических услуг авиаброкерской фирмы. Поэтому при вступлении в кластер авиаброкер должен четко определить свое положение в нем на перспективу и включить в стратегию качества одно из направлений диверсификации, которое со временем может перерасти в основной бизнес.

Вышеизложенный перечень технологий и вариантов поведения участников рынка деловых перевозок не является исчерпывающим. Каждый из них имеет свои достоинства и недостатки, которые необходимо соотносить с конкретной авиаброкерской фирмой и реальной ситуацией на рынке. Авиаброкер может развивать свою деятельность сразу по нескольким направлениям, что укрепит его конкурентные позиции при правильной организации системы управления и планирования, оптимальном распределении ресурсов и обеспечении постоянного контроля за состоянием рыночной конъюнктуры. Необходимо подчеркнуть, что повседневные проблемы, возникающие при решении тактических задач, нередко закрывают стратегическую перспективу, мешают целостному и объективному восприятию сложившейся ситуации. В этих условиях при формировании конкурентной стратегии руководителю приходится разрабатывать не один, а несколько вариантов стратегий развития предприятия, каждый из которых будет оптимальным только при определенном сочетании параметров внешней среды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артамонов Б.В. Стратегический менеджмент на воздушном транспорте. - М.: Авиабизнес групп, 2008.
2. Статистика деловой авиации.

QUALITY OF SERVICE AS A BASE OF SUCCESS OF AIRBROKER'S COMPANY

Kyznecov A.A., Vu Dang Kuang Chung

This article describes possibility of rise in competitiveness of airbroker's companies on market of business transportations for account of expansion assortment of service, which is given to customers, and improvement of their quality.

Key words: airbroker's companies, quality, market of business transportations.

Сведения об авторах

Кузнецов Антон Александрович, 1983 г.р., окончил МГИМО(У) (2005), кандидат экономических наук, коммерческий директор ООО «Аэрокредо», автор 4 научных работ, область научных интересов - развитие бизнес-авиации и авиаброкерства.

Ву Данг Куанг Чунг, 1986 г.р., окончил МГТУ ГА (2008), аспирант кафедры менеджмента МГТУ ГА, автор 4 научных работ, область научных интересов - стратегия развития воздушного транспорта Вьетнама.

УДК 656.7:658

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА «ПСИТРАНСАКТНЫЙ АНАЛИЗ» ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА

Л.А. ЛЕБЕДЕВА

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Афанасьевым В.Г.

В статье рассматривается возможность применения метода пситрансактного анализа для конструктивного разрешения конфликтной ситуации в малой группе для увеличения синергетического эффекта путем формирования командного духа, укрепления корпоративной культуры и раскрытия стратегических трудовых потенциалов работников.

Ключевые слова: синергетический эффект, конфликт, пситрансактный анализ.

Во многих странах большую роль при оценке конкурентоспособности предприятия играют социальные стандарты, ориентированные на национальные менталитеты. Такой подход учитывает, что конкурентоспособность предприятия проявляется не столько в рентабельности производства, сколько в возможности более интенсивного привлечения потребителей в результате формирования престижного образа фирмы в глазах потенциальной клиентуры, общественности и групп стратегического влияния регионального или государственного уровня. Если по социальным стандартам, принятым среди конкурентов, предприятие не укладывается в определенные нормативы, оно рискует утратить и конкурентоспособность. Обычно такое предприятие не пользуется уважением в деловом мире, резко падает его имидж, возникающий при восприятии его деятельности и оцениваемый относительно господствующих в обществе интересов и ценностей.

Одним из способов повышения конкурентоспособности предприятия и более эффективного использования стратегических трудовых потенциалов работников и стратегического потенциала предприятия в целом является достижение положительного синергетического эффекта и как следствие возрастание экономической эффективности.

Две системы связаны друг с другом синергетически, если направления и знаки их активностей сочетаются таким образом, что усиление (ослабление) активности одной системы становится причиной усиления (ослабления) активности другой системы. При синергизме все взаимодействующие системы связаны друг с другом прямо пропорциональными связями. По этой причине синергизм развивается как симметричное усиление или ослабление системами активностей друг друга. То есть при совместных действиях систем и обеспечивается увеличение общего эффекта до величины большей, чем сумма эффектов этих же систем, действующих независимо, или наоборот, эффект будет меньшим.

Синергетический эффект – каким бы потенциально большим он ни был – не появится сам по себе, его нужно выявлять, извлекать и учитывать при стратегическом планировании. Это результат работы команды – «прибавочный продукт», представляющий не просто сумму результатов работы отдельных ее членов. Каждый из них привносит в команду определенное количество индивидуальной энергии, необходимой для развертывания групповой активности, ориентированной на достижение общей цели. Общее количество этой индивидуальной энергии и есть синергия, которая и обеспечивает деловой успех.

Чем выше ожидаемая нестабильность внешней среды, чем более жестка конкуренция на рынке, тем большее значение приобретает концепция синергизма для обеспечения выживаемости и развития бизнес-системы. Формирование синергетических связей возможно лишь при наличии четкой координации взаимодействия между подсистемами и структурными элементами как по вертикали, так и по горизонтали. Необходимо обеспечивать процесс «срачивания»

работников с фирмой, создать у них чувство принадлежности к общей корпоративной культуре, а также помнить, что стратегия сотрудничества способствует успеху, стратегия индивидуальных выгод нередко приводит к краху.

Следует отметить, однако, что синергетический эффект является сложным явлением, и его получение зависит от успешного совмещения многих различных элементов в стратегии. Источником синергизма являются трудовые ресурсы бизнес-системы, наличие систем мотивации и корпоративной культуры, мобилизующих персонал предприятия на достижение выбранных целей. Упущение хотя бы одного из этих элементов или их части может исключить возможность достижения такого эффекта. Более того, в результате неграмотно разработанной стратегии или провалов на этапе ее реализации может появиться отрицательный синергетический эффект.

Существует и другая, не менее важная взаимосвязь между системами, называемая антагонистической, если направления и знаки активностей систем сочетаются таким образом, что усиление (ослабление) активности одной системы становится причиной ослабления (усиления) другой системы.

Антагонизм и синергизм - это бесконфликтные состояния и стратегии поведения систем, характеризующиеся при прочих условиях высокой степенью инерции, устойчивости и продолжительности существования. Однако ни синергизм, ни антагонизм не гарантируют абсолютного выживания и тем самым абсолютной стабильности систем. Рано или поздно любая система в силу внутренних и внешних ограничений на свой синергетический или антагонистический рост оказывается неспособной к адекватному ответу на внутреннее или внешнее противоречие и в ней возникает особое состояние, называемое конфликтом [1].

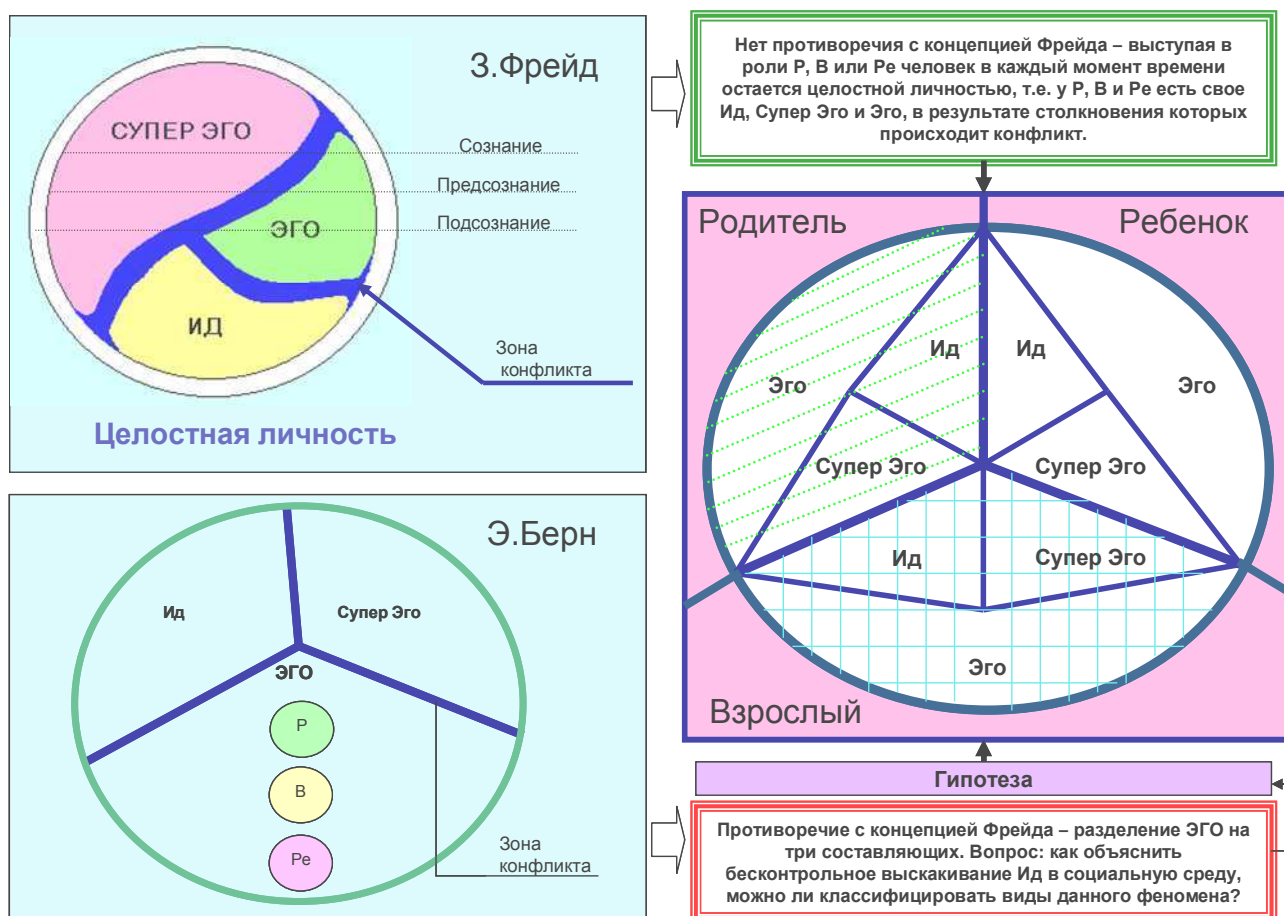


Рис. 1. Гипотеза о структуре личности

Рассмотрим еще одну трактовку конфликта. Здесь под ним подразумевается состояние взаимного подавления, торможения активностей элементов системы, возникновение которого провоцируется внешними и внутренними ограничениями. Конфликт одновременно противоположен синергизму и антагонизму, которые характеризуются соответственно прямо пропорциональным и обратно пропорциональным, но симметричным согласованием активностей элементов системы. Но возможно и такое соединение элементов системы, при котором направления и знаки их активностей не согласуются друг с другом и взаимное сопротивление элементов становится больше их суммарной активности. В результате активность всей системы либо тормозится, либо вступает в фазу саморегуляции, либо полностью дезорганизуется деятельностью своих собственных элементов, побуждая ее к изменению прежней формы самоорганизации, к поиску, а иногда и созданию новых форм взаимодействия.

Помочь разобраться в мотивах поведения сторон, выявить истинную причину разногласия, объяснить друг другу целесообразность своей позиции, найти приемлемые варианты разрешения конфликта и посмотреть на самого себя со стороны может разработанный автором статьи метод пситрансактного анализа, в основе которого лежит гипотеза о девяти ролевых состояниях (биструктурный анализ) (рис.1) и транзакционный анализ Э. Берна. Транзакция в таком случае будет строиться не только между двумя ролями, в которых выступают партнеры, здесь будут детально учитываться взаимосвязи между внутренними компонентами каждой роли, то есть ее Ид, Эго и Супер Эго. При таком подробном разборе в ряде случаев наблюдалось, что параллельная на первый взгляд транзакция была неэффективна, так как стимул и реакция на самом деле пересекались, что подтверждают практические исследования автора статьи. Алгоритмы биструктурного и пситрансактного анализа приведены на рис. 2.



Рис. 2. Алгоритмы биструктурного и пситрансактного анализов

Конфликты в организации можно условно подразделить на простые и сложные. Под простым подразумевается противоречие, вызванное конкретной разовой ситуацией в процессе управления, оно не выходит за рамки деловой сферы. Под сложным понимается ситуация, которая раскрывает глубокий внутриличностный конфликт, приведший к межличностному конфликту в бизнес-системе.

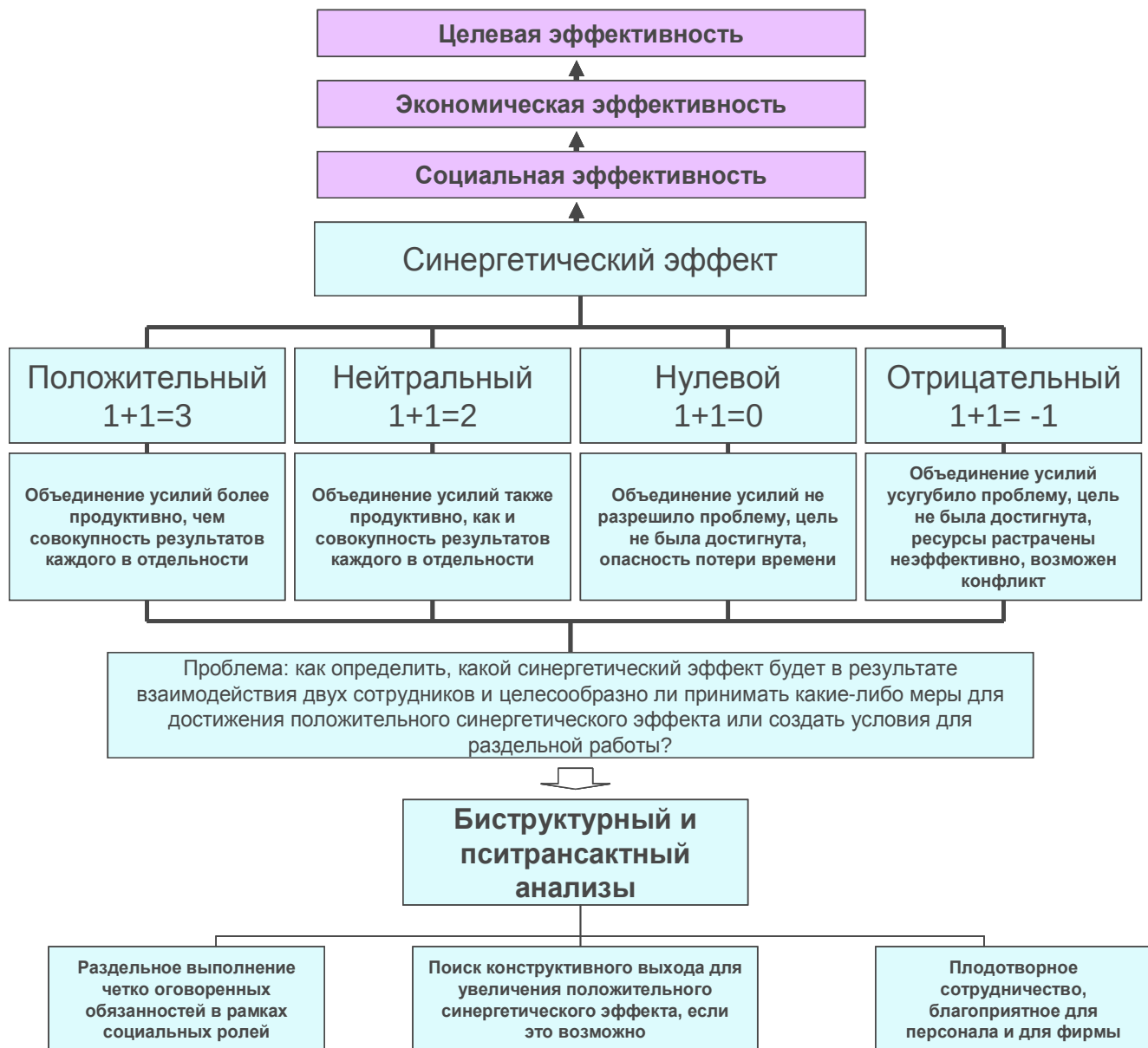


Рис. 3. Возможный синергетический эффект при взаимодействии сотрудников для решения поставленной задачи

Предлагаемые в статье методы позволяют определить характер конфликта, а также найти варианты его эффективного разрешения. Обращаясь к понятию эффективности, следует учесть, что данные методики влияют прежде всего на социальную эффективность, которая косвенно способствует повышению экономической и соответственно целевой эффективности, что достигается путем улучшения взаимодействия между сотрудниками и наличием положительного синергетического эффекта или отсутствием отрицательного синергетического эффекта, если принимается решение о том, что взаимодействие на определенном этапе нецелесообразно (рис. 3).

Таким образом, становится очевидной возможность выявления ряда причинно-следственных связей в организационном поведении путем применения биструктурного и пситрансактного анализов, причем исследование является комплексным, системным (рис. 4).

Положительным аспектом методов являются также относительно небольшие временные и минимальные финансовые затраты, за исключением крайних случаев, подразумевающих вмешательство специалистов в области психологии и проведение специальных консультаций и тренингов.



Рис. 4. Концепция биструктурного и пситрансактного анализов

Предложенный метод пситрансактного анализа позволяет снизить уровень конфликтности в организации, конструктивно разрешить возникающие конфликты не только на формальном, но и на неформальном уровне и определить возможный синергетический эффект от сотрудничества работников и добиться его увеличения.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Светлов В.А.** Введение в единую теорию анализа и разрешения конфликтов. - М.: URSS, 2009.

USING METHOD "PSYTRANSACTNIY ANALYSIS" FOR GROWTH OF SYNERGETIC EFFECT

Lebedeva L.A.

In the article a new method "psytransactniy analysis" was offered for growth of synergetic effect.

Key words: synergetic effect, conflict, psytransactniy analysis.

Сведения об авторе

Лебедева Любовь Александровна, окончила МГТУ ГА (2009), соискатель кафедры менеджмента МГТУ ГА, автор 19 научных работ, область научных интересов - маркетинг, стратегический менеджмент, управление персоналом.

УДК 656.7:658

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КЛАСТЕРА

Л.А. ЛЕБЕДЕВА, ВУ ДАНГ КУАНГ ЧУНГ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Артамоновым Б.В.

В статье анализируется необходимость создания единой корпоративной культуры для кластера и выявляются ее особенности.

Ключевые слова: кластер, корпоративная культура.

В современной экономике, чтобы быть конкурентоспособным, предприятие должно обладать преимуществами, которые трудно скопировать. Уникальные черты необходимо поддерживать, адаптировать к изменениям во внешней среде и выводить на более высокий уровень. Для совершенствования управления и прежде всего коммуникаций, так как от них зависит своевременное и правильное усвоение информации, важное значение играет корпоративная культура.

На практике можно наблюдать, что предприятие существует, не имея корпоративной культуры, так как ее разработкой и внедрением никто не занимался, при этом свои производственные функции организация выполняет и не становится банкротом. Может сложиться впечатление, что не стоит затрачивать ресурсы на подобные нововведения, не связанные с прямым увеличением прибыли. Однако необходимо помнить о том, что предприятие является бизнес-системой, где все элементы взаимосвязаны, от слаженности их работы зависит общий результат. Важно мыслить стратегически, иначе предприятие не сможет достигнуть цели. Внешняя среда требует от организации адаптивности, но гибкость не должна переходить грань, за которой бизнес-система теряет устойчивость. В рыночных условиях конкуренты тоже будут искать способы опережения и могут преуспеть. Победы в борьбе можно добиться, опираясь на персонал, так как именно от человеческих ресурсов во многом зависит эффективность производства. Именно люди осуществляют работу с остальными ресурсами: финансовыми, материальными, информационными, а личные интересы и цели сотрудников могут сталкиваться и приводить к серьезным конфликтам. Не следует забывать, что время в бизнесе тоже можно рассматривать как ограниченный ресурс, его нерациональное использование вследствие неграмотного руководства может привести к невыполнению договора, падению деловой репутации, потере клиентов и партнеров. В итоге становится очевидным факт, что корпоративная культура является неотъемлемым компонентом в формировании стратегического потенциала бизнес-системы.

Обратимся к определению данного феномена. Под корпоративной культурой подразумевается совокупность неотделимых друг от друга и непротиворечивых принципов формального и неформального взаимодействия внутри организации и при ее контакте с внешней средой.

Сущность корпоративной культуры отображена на рис. 1. Она должна соответствовать миссии, цели и стратегии организации, в ее основе лежат иерархически выстроенные ценности, они определяют характеристики остальных составляющих. При анализе имеющейся корпоративной культуры нужно выявить не только доминирующую ценность, но и ранги последующих, так как в кризисной ситуации они могут себя ярко проявить. Поскольку бизнес-система представляет собой коммерческую организацию и не может существовать длительное время без прибыли, то следует обратить внимание на экономические ценности, при этом не игнорируя другие. Нравственные нормы не рекомендуется преступать, цивилизованные рыночные отношения стимулируют участников к соблюдению этики делового общения и поддержанию благообразного имиджа. Под политическими ценностями в рамках корпоративной культуры следует

понимать не только стремление представителей компании участвовать в лоббировании ее интересов в законодательных органах власти, но и наличие неформального лидерства внутри бизнес-системы, характер вертикальных коммуникаций, главенствующий стиль руководства. Исторические ценности, сложившиеся на протяжении веков в масштабах государства, соответствуют не только конкретной организации, но и культуре в широком понимании этого слова. Их можно использовать как для укрепления корпоративного духа в компании, опираясь на понятные и общие принципы для сотрудников. При выходе на международные рынки данные ценности можно преподнести в качестве национального колорита и превратить их в уникальное конкурентное преимущество. Традиции самой бизнес-системы, если она существует давно, следует сохранять только в том случае, если они положительно влияют на брендинг, служат фундаментом истории-легенды компании и не тормозят процесс адаптации организации к новым условиям. Эстетические ценности затрагивают не только визуальные признаки, но выражают отношение сотрудников к своим профессиям, к организации в целом.

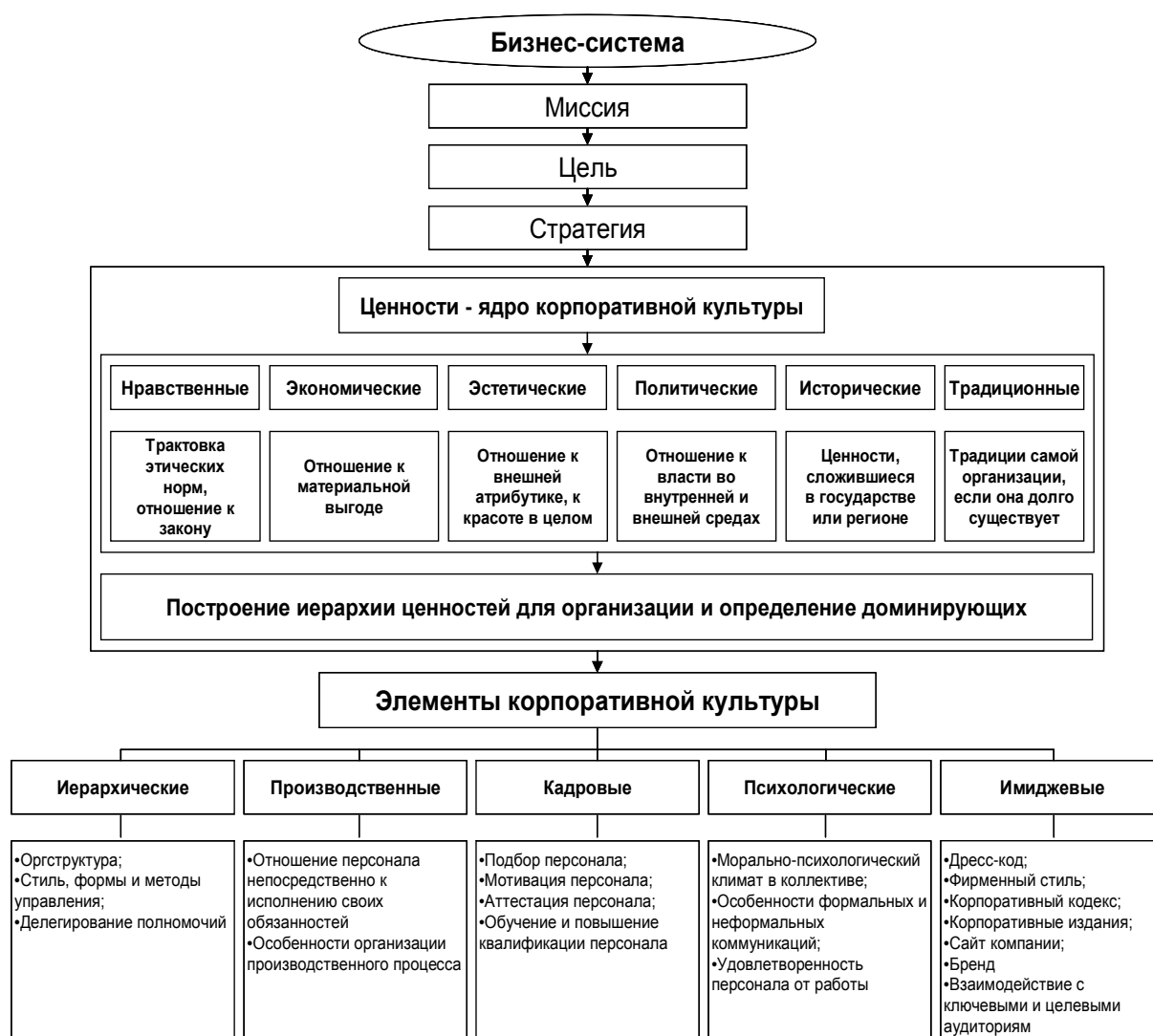


Рис. 1. Сущность корпоративной культуры организации

Все ценности взаимосвязаны и находят свое отражение в элементах корпоративной культуры, охватывающих все процессы в организации. Представляется целесообразным сгруппировать их следующим образом:

- иерархические составляющие включают в себя формализованное взаимодействие по горизонтали и вертикали в рамках действующей оргструктуры, которая должна обеспечивать предприятию успех на рынке; сюда же следует отнести применяемый управленцами стиль руководства: авторитарный, либеральный, демократический или их сочетание и обозначить ситуации, когда их использование эффективно; из двух вышеназванных параметров будет происходить степень свободы делегирования полномочий, здесь следует учесть нормативные требования, а также стратегические трудовые потенциалы работников, которые эти полномочия будут осуществлять, причем весь персонал должен понимать меру своей ответственности;

- производственные аспекты касаются отношения руководителей и подчиненных непосредственно к своим обязанностям и нюансов технической организации производства, например, использование отечественного оборудования может провозглашаться в рамках маркетинговой деятельности как политика протекционизма и положительно влиять на частно-государственное партнерство, а небрежное обращение с техникой может привести к поломке и дорогостоящему ремонту, производственным травмам, снизить качество продукции;

- кадровые компоненты затрагивают все функции, связанные с работой с персоналом, начиная с общих принципов набора, отбора и создания кадрового резерва, мотивации, аттестации, обучения и повышения квалификации и заканчивая индивидуальным подходом к каждому работнику, включая период его адаптации, динамики его карьеры и ухода, то есть на протяжении всего его жизненного цикла как сотрудника данной компании;

- психологические элементы позволяют посмотреть на персонал не только как на трудовые ресурсы, а как на совокупность личностей со своими неповторимыми стратегическими потенциалами, придающими уникальность всей организации, эти элементы, как правило, являются наиболее динамичными, требуют непрерывного внимания во избежание конфликтов, способных ухудшить психологический климат и снизить удовлетворенность работников от труда; здесь нужно внедрять этические основы не только формального взаимодействия на основе социальных ролей, но стараться контролировать неформальное взаимодействие, так как базовые ценности должны быть приняты работником не только внешне, но и разделяемы внутренне, иначе в критической ситуации его поведение невозможно будет спрогнозировать даже с минимальной вероятностью; при этом индивидуальность следует тоже уважать, принимать во внимание мнения сотрудников при разработке основ корпоративной культуры;

- имиджевые черты позволяют установить взаимосвязь между организацией и целевыми и ключевыми аудиториями, так как невозможно разъединить образ бизнес-системы в глазах общественности и ее корпоративную культуру; если на первых этапах разлада внутри предприятия внешне это незаметно, то со временем негативные тенденции нанесут имиджу урон; соотнося корпоративную культуру и имидж необходимо продумать комплексную ПР-программу, учесть, что на имидж оказывает воздействие абсолютно все: от личной жизни руководителей, отраженной в СМИ, до характеристик выпускаемой продукции; важно помнить, что все сотрудники компании, взаимодействуя с внешней средой в деловой или свободной обстановке, являются носителями корпоративной культуры и представителями бизнес-системы.

Теперь представим ситуацию, когда несколько предприятий приняли решение о создании кластерной зоны на основе партнерства на длительный срок. Неизбежно возникнет вопрос о необходимости формирования единой корпоративной культуры. Такое мероприятие потребует затрат и должно окупиться и ни в коем случае не должно привести к негативным последствиям. Разработка такого проекта требует взвешенного и детализированного подхода.

Положительные стороны образования общей корпоративной культуры и риски для участников кластера изображены на рис. 2.

Кластер представляет собой сложную систему, состоящую из совокупности сложных бизнес-систем, каждая из которых выполняет свои специфические функции, имеет свой персонал, имидж. Участник кластера несет ответственность не только за свою деятельность, но направля-

ет в определенной степени работу всего кластера. Предприятия, эффективно функционирующие по отдельности, могут столкнуться с серьезными трудностями при налаживании взаимодействия, развитие будет зависеть от общей прибыли от продажи конечного продукта потребителю, а не от выполнения работ и оплаты на промежуточном участке.

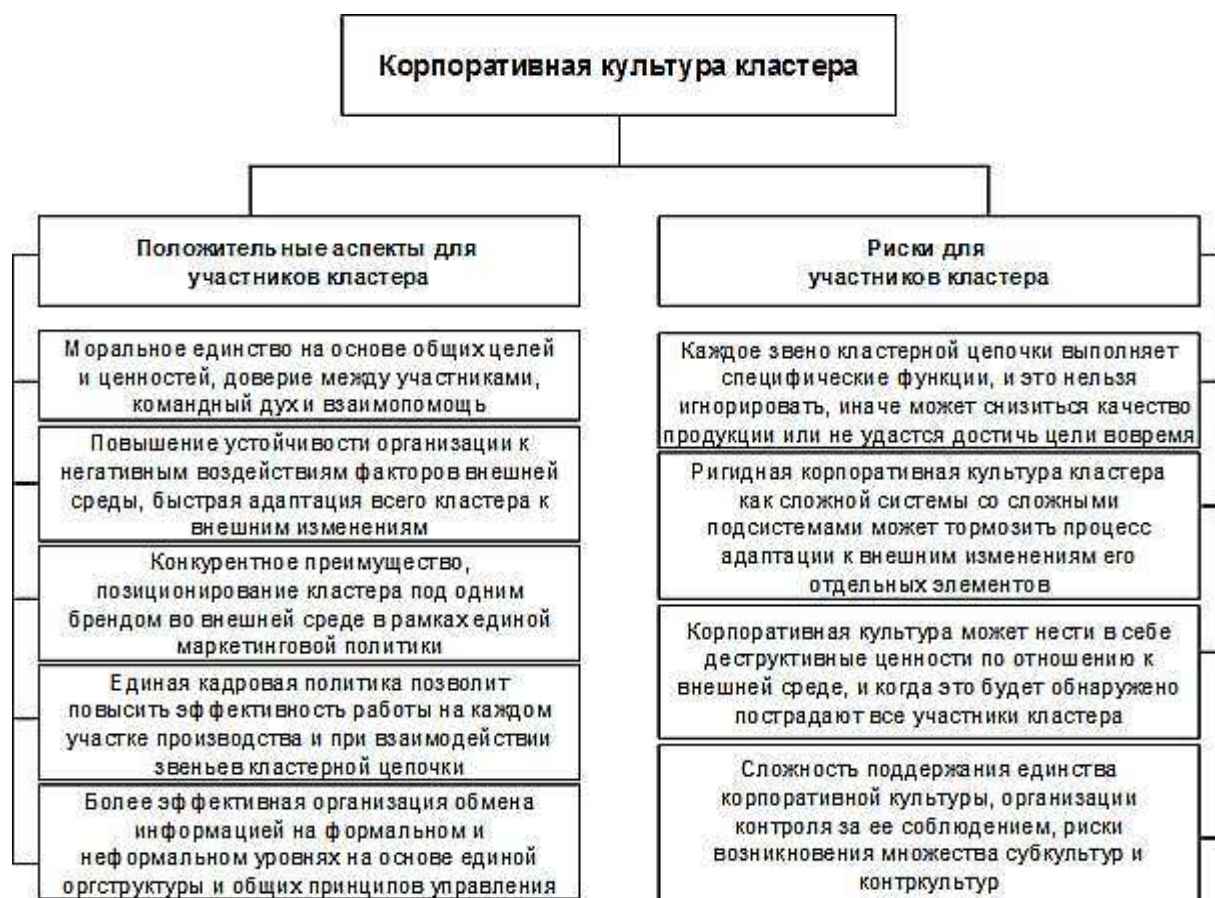


Рис. 2. Положительные стороны образования общей корпоративной культуры и риски для участников кластера

Корпоративная культура может послужить кластеру основой морального единства, распространения общих принципов стратегического и тактического управления всеми системами жизнеобеспечения кластерной цепочки с производственной, маркетинговой, кадровой и психологической точек зрения. Однако из-за масштабности самого кластера, его многоуровневой структуры единая корпоративная культура может тормозить необходимые изменения, ее исполнение будет трудно контролировать, и существует риск, что она будет существовать лишь как собрание внешних атрибутов, также по объективным причинам ее нужно будет адаптировать к каждому звену из-за разницы в функциях, выполняемых каждым участником. Проблемы, возникающие при формировании корпоративной культуры кластера, представлены на рис. 3.

Здесь следует принять во внимание индивидуальные черты корпоративной культуры каждого из участников, проанализировать их достоинства и недостатки, понять причины негативных тенденций. На основе предложений и положительного опыта участников, исследования факторов внешней среды и прогнозов их динамики, достижений конкурентов и научных разработок по данной проблеме можно будет создать модель корпоративной культуры кластера и планировать ее претворение в жизнь. Модель должна быть гибкой, адаптивной, но в то же время иметь устойчивое ядро для сохранения целостности кластера.

Для совокупности предприятий сильная корпоративная культура не может сложиться стихийно, ей необходимо заниматься целенаправленно во избежание возникновения обилия суб-

культур или контркультур; корпоративную культуру необходимо разрабатывать, учитывая интересы всех участников и динамику внешней среды, специфику отрасли и регионов, не насаждая идеализированную модель, так как она должна быть воспринята не как формальное требование, а признана как необходимость для общего благополучия и конкурентоспособности.

Проблема	Риски для кластера	Конструктивный выход
У каждого участника имеется своя сложившаяся сильная корпоративная культура	Участники могут вступить в конфликт и потребовать принятия именно их корпоративной культуры в качестве общей. Сложность ломки стереотипов, закреплённых не только формально, но и разделяемых сотрудниками каждого участника	Необходимо провести анализ существующих корпоративных культур, выявить их достоинства и недостатки относительно конкретного участника, рассмотреть возможность применения положительных черт для всего кластера и также проверить совместимость этих черт
Корпоративные культуры некоторых участников конструктивны, а некоторых - деструктивны	Наличие деструктивных тенденций по отношению к внешней среде свидетельствует о неблагонадёжных ценностях участника, тем более если весь его персонал эти ценности разделяет и основывает на них свою работу	Следует четко разобраться, стоит ли принимать в кластер участника с деструктивной корпоративной культурой, если нет других альтернатив, то следует понять причины деструкции, устранить их и особо тщательно контролировать деятельность участника
Наличие обилия субкультур и контркультур в организациях-участниках	При образовании кластера из участников, не имеющих своих корпоративных культур и содержащих конфликтующие группы, количество таких групп увеличится, а столкновение их интересов будет неизбежно	Необходимо исследовать потребности имеющихся субкультур и контркультур, разработать общую корпоративную культуру на основе рационального компромисса, провести разъяснительную работу с персоналом по поводу того, что нововведения помогут повысить эффективность и соответственно принесут выгоду всем
Насаждение одним из участников своей корпоративной культуры всем остальным без анализа ситуации	Опасность возникновения неформального лидера в качестве одного из участников, который будет прежде всего удовлетворять свои интересы в ущерб производственному процессу и имиджу кластера	Нужно выяснить насколько корпоративная культура данного участника подходит кластеру, и почему он занимает наступательные позиции, необходимо выслушать мнение других участников и принять коллегиальное решение
Слепое копирование корпоративной культуры зарубежных аналогов или конкурентов	Заграничный опыт может потребовать адаптации к местному законодательству и менталитету или вообще окажется бесполезен или неприменим. Заимствование идей конкурентов может вызвать у внешнего окружения отторжение как плагиат и отсутствие креативности	Необходимо изучить успешный опыт иностранных кластеров и применить бенчмаркинг по отношению к конкурентам, но при наличии полной и достоверной информации и на основе исследования и собственных творческих поисков создать уникальную корпоративную культуру как конкурентное преимущество
Сложность адаптации новых участников к корпоративной культуре уже существующего кластера	Новый участник может отторгать сложившуюся в кластере корпоративную культуру, к тому же он всегда будет нести свою корпоративную культуру или субкультуру, контркультуру	Прежде чем принять нового участника нужно собрать сведения не только о его производственных и финансовых возможностях, но и о его деловой репутации. Следует оговорить вопросы по корпоративной культуре в договоре и разработать программу адаптации для персонала нового члена

Рис. 3. Проблемы, возникающие при формировании корпоративной культуры кластера

ЛИТЕРАТУРА

1. Артамонов Б.В. Стратегический менеджмент на воздушном транспорте. - М.: Авиабизнес групп, 2008.
2. Лебедева Н.В. Психологические аспекты эффективного руководства. - М.: Авиабизнес групп, 2002.

SPECIAL FEATURES OF FORMING OF CLUSTER S CORPORATIVE CULTURE

Lebedeva L.A., Vu Dang Kuang Chung

This article analyses necessity of creating of single corporative culture for cluster and exposes its special features.

Key words: corporative culture, cluster.

Сведения об авторах

Лебедева Любовь Александровна, окончила МГТУ ГА (2009), соискатель кафедры менеджмента МГТУ ГА, автор 19 научных работ, область научных интересов - маркетинг, стратегический менеджмент, управление персоналом.

Ву Данг Куанг Чунг, 1986 г.р., окончил МГТУ ГА (2008), аспирант кафедры менеджмента МГТУ ГА, автор 4 научных работ, область научных интересов - стратегия развития воздушного транспорта Вьетнама.

УДК 339.1

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ АВИАЦИОННО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ В АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОМ РЕГИОНЕ

Н.Н. ЛИТВИНОВ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Артамоновым Б.В.

В статье раскрываются основные ключевые компетенции и стратегии предприятий России, приводятся рекомендации управленческого характера по формированию стратегии продвижения прорывной, инновационной отечественной продукции в области высоких технологий.

Ключевые слова: промышленность, стратегия, аэрокосмический менеджмент и маркетинг, Азиатско-Тихоокеанский регион.

Новое экономическое пространство XXI века с пластичным, открытым и сетевым строением характеризуется гиперконкуренцией и высокой степенью динамичности. Адекватным ответом на эти изменения служит государственная концепция пяти "И": Институты, Инфраструктура, Инновации, Инвестиции и объединяющая их составляющая – Интеллект. Определим "5И" как ценности стратегического менеджмента. Эти ценности конструируют ниши стратегического позиционирования и инновационные долгосрочные цели. Различные источники указывают на ключевые компетенции России в области энергетики, транспорта, промышленности, высоких технологий и какие ресурсы им необходимы для развития (табл. 1).

Таблица 1

Экономический образ России XXI века

Позиционирование / стратегические цели России Лидирующая ценность концепции "5И" - ИНТЕЛЛЕКТ	Потребность в ресурсах
"Россия – энергетическая база для мировой экономики" – журнал "Мировая экономика и международные отношения" ("МЭ и МО")	ИНСТИТУТЫ ¹
Лидерство транспортно-коммуникационного комплекса ² . Восстановление Транссибирского контейнерного сервиса. Расширение кооперации между всеми видами транспорта	ИНФРАСТРУКТУРА
Расширение экспорта комплектного оборудования: поставки и сборка народохозяйственных и промышленных комплексов, реконструкция уже поставленных	ИННОВАЦИИ
10% мирового рынка по 4-5 критическим технологиям ³ к 2020 г.	ИНВЕСТИЦИИ

Рассмотрим стратегические цели российских авиационно-промышленных корпораций и рекомендации по комплексному продвижению продукции на рынок Азиатско-Тихоокеанского региона (далее – АТР, табл. 2 и 3).

¹ Пример: в Институте Экономики создан Центр институтов внешнеэкономической деятельности.

² Задуманный еще Михаилом Васильевичем Ломоносовым «ход севером» в Тихий океан в два раза короче и в 1,6 раз дешевле любого другого пути, соединяющего Восток и Запад. Подробнее о транспортной стратегии в статьях автора, в номерах 2-4 журнала "Логистика Сегодня" за 2007 год.

³ Семь ведущих государств мира, владея 46-ю такими технологиями, контролируют более 80% мирового рынка наукоёмкой продукции. Россия, обладая 17-ю важнейшими технологиями, владеет долей менее 1%.

Таблица 2

Стратегические цели аэрокосмических корпораций Российской Федерации

Российские компании	Стратегия как документ	Стратегические цели	Активы, тип активов
Объединенная авиастроительная корпорация (ОАК)	есть	Становление ОАК в качестве ведущего центра мирового самолётостроения Дивизион "Коммерческая авиация": "Превращение гражданского сегмента российского авиастроительного комплекса в конкурентоспособную отрасль, обеспечивающую на мировом рынке до 15% ежегодных поставок магистральных и региональных самолетов вместимостью более 50 мест к 2025 году"	Управляющие компании, конструкторские бюро, производственные площадки, лизинговые компании
Роскосмос	разработка, обсуждение	2026-2040 гг. – информационные и телекоммуникационные услуги глобально на Земле и в космическом пространстве. Объемы услуг 8 – 12% мирового трафика. Максимальный ресурс спутников 8-10 Гбит/с ⁴	ОАО, ФГУП, СП
Объединенная двигателестроительная корпорация (ОДК)	есть	Консолидация сил для технологического рывка и вхождение в пятерку ведущих мировых двигателестроительных компаний: General Electric Aviation, Rolls-Royce, United-Technologies (Pratt & Whitney) и SAFRAN Group (Snecma, Turbomeca) и на рынок "большой энергетики"	В состав ОДК интегрировано более 83% активов российской отрасли авиационного двигателестроения
Вертолёты России	есть	Овладение 15% мирового вертолётного рынка к 2020 году	Управляющая компания, конструкторские бюро, вертолётные заводы, производители основных агрегатов, послепродажное обслуживание, СП
Корпорация ВСМПО-АВИСМА	разработка	Сохранить мировое лидерство в производстве аэрокосмических изделий из титановых сплавов	Металлургические предприятия, СП

⁴ Согласно докладу В.Г. Шучева и А.А. Мартынова "Современные космические системы связи, их роль и место в социально-экономическом развитии Российской Федерации" на Восьмом международном форуме "Высокие технологии XXI века" "Современные космические системы связи, их роль и место в социально-экономическом развитии Российской Федерации", 23-24 апреля 2007 г.

Таблица 3

Рекомендации по продвижению отечественной перспективной авиационной техники в АТР

Российские компании	Продвигаемые авиационные бренды	Приоритетные рынки сбыта в АТР	Предлагаемые маркетинговые стратегии и поддерживающие их решения
ОАК	Sukhoi Super Jet 100, MC-21, Ан-148, Ил-112, Sukhoi Super Jet 130 и др.	Россия, страны Юго-Восточной Азии (ЮВА), Индия, Китай, страны ЮВА, страны арабского мира	Международная кооперация и товарная экспансия с учетом национальной специфики в странах продвижения <i>Создание регионального стратегического альянса авиакомпаний в АТР при поддержке ОАК и форума Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС) на базе Дальневосточного филиала Аэрофлота</i>
ОДК	Семейство перспективных двигателей для гражданской авиации, перспективных вертолётных двигателей (с учётом роста спроса на российские вертолёты по всему миру), перспективные газотурбинные установки для промышленности, двигатели для ракетной техники и спутников и др. техники	Россия, Китай, Индия, страны Латинской Америки, ЮВА Определяются в т.ч. страной поставки воздушных судов ОАК и Вертолёты России	Продвижение продукции через страны "Газового ОПЕК" <i>Открытие центров совместного обслуживания ОДК и Вертолётов России за рубежом</i> <i>Активное включение российских компаний в систему международного разделения труда мирового двигателестроения (с учётом опыта российских металлургических компаний)</i>
Вертолеты России	Ми-34С1, Ка-226Т, Ансат, Ми-8/17, Ка-62, Ми-38, Ка-32А11ВС, Ми-26Т/Т2, Ми-171А2 и др.	Россия, Индия, Китай, другие страны Северо-Восточной и ЮВА, страны Латинской Америки, США, страны Океании	Управление брендом с учетом национальной специфики в странах продвижения в сотрудничестве с российскими операторами вертолётной техники <i>Интеграция в международные бизнес проекты (совместные разработка и производство; аутсорсинг - с европейскими, американскими, с азиатскими центрами вертолетостроительной компетенции)</i>

Из табл. 2 видно, что цели компаний в первую очередь связаны с мировым рынком. Поскольку крупнейшими импортёрами и экспортёрами высоких технологий являются страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Например, Китай – основной покупатель двигателя CFM-56

совместного предприятия CFM International, учрежденного на паритетных началах General Electric и группой Snecma (сектор силовых установок французской корпорации Safran). Неудивительно, что аэрокосмические корпорации вводят должности региональных директоров по АТР, например, Regional Director Asia Pacific (концерн EADS), глобальных бренд-менеджеров, например, Global Branding Manager (General Electric) и учреждают отдельные подразделения со штаб-квартирами в АТР. К примеру, департамент Asia Pacific Region (как и департаменты Международных продаж, Продаж и маркетинга и Коммуникаций) подчиняется непосредственно президенту Gulfstream Aerospace (компания – лидер на рынке деловых и частных самолетов).

В регионе сохраняется устойчивый спрос на надёжную авиационную технику по доступным ценам в связи с наличием огромных труднодоступных территорий (удалённость, пересечённая местность, множество островов) и отсутствием инфраструктуры на неосвоенных, но богатых полезными ископаемыми пространствах. В первую очередь это область компетенций российских вертолётов, гражданских самолётов и двигателей к ним (табл. 3). Сложность масштабного выхода на рынок АТР говорит о важности выбора компонент стратегий на каждом этапе эволюции фирмы – внутриотраслевом, диверсификации и транснационализации (глобальный уровень). Существуют различные классификации стратегий, применимые к ТНК и их продукции [1; 2] на каждом из этапов:

- по иерархии: 1) общая стратегия; 2) деловая стратегия (иногда относят к виду функциональной стратегии); 3) тактика. В этом случае стратегия продвижения относится к наивысшему уровню – к общей стратегии (комплексной), которая включает: а) внутриотраслевые; б) межотраслевые; в) межфирменные и г) внутрифирменные стратегии;
- по типу конкуренции – матрица конкурентоспособных стратегий М. Портера: 1) стратегия низких издержек; 2) стратегия дифференциации; 3) стратегия узкой специализации;
- по типу развития / активности, соотносимая с жизненным циклом территории, компании, бренда, технологии, изделия. Это так называемые базовые стратегии развития, из них три основные: 1) наступательные стратегии (инвестиционная и стратегии роста); 2) оборонительные стратегии, стратегия стабилизации; 3) стратегия отступления или отхода, выживания;
- по функциям / целям и рынкам – частные стратегии, среди них функциональные стратегии: 1) маркетинговые стратегии; 2) производственные стратегии; 3) стратегии снабжения; 4) стратегии исследований и разработок; 5) стратегии управления персоналом; 6) финансовые стратегии; 7) экологические стратегии и т.д.
- по видам организации / масштабу: 1) стратегии для регионов и стран, ТНК и крупных фирм; 2) стратегии для стран, средних фирм; 3) стратегии для городов, малых фирм.

В настоящее время российские компании предпочитают базовую стратегию поиска рынков (market seeking), которая гарантирует долгосрочный спрос на продукцию, но лояльность покупателя и поддержку продаж обеспечивает комплексированная стратегия продвижения брендов, которая складывается из регионально-ориентированной и отраслевой компонент. На глобальном уровне просматриваются несколько вариантов направлений: 1) продвижение на рынок через экспансию культуры региона базирования производителя; 2) адаптация бренда к ведущим образам идентичности территорий продвижения; 3) выявление полезности брендов для региона и др. Здесь важен не только учёт конкурентных сил сетевой экономики (транснациональные компании и банки с государственным и частным капиталом, различные международные организации, стратегические альянсы, товарные ассоциации, глобальные города и университеты, технопарки, отдельные известные личности и др.), но и наделение продвигаемого бренда национальной, культурной и территориальной идентичностью.

Ретроспективный анализ вертолётостроительной отрасли показывает, что одной из лучших экспортных программ авиастроителей можно считать поставки советских, а затем российских средних и сверхтяжелых вертолетов – гражданских, транспортных и специальных машин марки Ми, Ка и др., которые выпускали и выпускают заводы, объединенные в ОАО "Вертолёты России". Российские вертолеты отличаются высокой надёжностью эксплуатации: они длительный

период сохраняют работоспособность на значительном удалении от сервисных и ремонтных баз, обеспечивают эксплуатантам минимальные расходы на поддержание летной годности в течение всего жизненного цикла изделия⁵. По мнению автора, перспективными территориями (в которых авиация играет ключевую роль в развитии экономики) для товарной экспансии авиационных брендов являются страны Юго-Восточной Азии, Австралия, Новая Зеландия, страны Океании, Карибского бассейна, Южной Америки, а также Арктика. Можно отметить, что за последние годы, кроме традиционных заказчиков, у российских заводов и операторов вертолётной техники появились новые, среди них – Бразилия, Канада, Лаос, Таиланд, ЮАР, Бирма (Мьянма) и др. Активное продвижение и поставки вертолётов на рынок Pacific Rim ведут компании Boeing, Bell, Sikorsky и Eurocopter. Уникальная ситуация, сложившаяся на рынке вертолётной техники, когда вертолеты российских операторов работают в самых труднодоступных уголках мира (Арктика, Антарктика, Азия, Южная и Северная Америка, Африка), определяет важность создания механизма комплексных/групповых предложений и поставок вертолётной техники как на территории России, так и за рубежом. Самыми крупными заказчиками вертолётных работ являются опять-таки страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Например, в Новой Зеландии вертолётные работы организовала тюменская UTair, в Папуа-Новой Гвинее свыше двадцати лет проводятся операции с участием вертолётной техники "Владивосток Авиа" и "Авиалифт".

Новые рыночные ниши, по мнению автора, это вертолёт для Арктики, скоростной вертолёт для многочисленных островов Тихого Океана и городской вертолёт или городское авиатакси⁶ (рис. 1). Очевидно увеличение таких вертолётных работ в АТР, как VIP-перевозки, местные рейсы, поиск и спасение, скорая медицинская помощь, доставка подвесных грузов, ослабление последствий природных стихий, каботажные воздушные операции, вахтовые и специальные перевозки, точечная переброска, а также оказание вертолётных услуг правительственным и силовым структурам, администрациям, нефтяным и газовым корпорациям, в интересах геолого-разведки, паломникам в местах религиозного паломничества, туристам для горных восхождений и экстремального спорта, для ослабления заторов на шоссе, связи с отдалёнными районами и островами и т.п.

Сегодня около 15% крупнейших российских предприятий из 100 ведущих планируют свою деятельность более чем на 13 лет, стратегии 70% предприятий рассчитаны не более чем на 7 лет⁷, у остальных это направление находится лишь на начальной стадии изучения. Тем не менее, важно ставить задачу разработки маркетинговой стратегии следующего поколения (так называемой комплексированной стратегии или единой стратегии нескольких предприятий), в первую очередь для высокотехнологичных отраслей. Сегодня продвижение товаров и услуг на корпоративном уровне в российской аэрокосмической отрасли в большей степени носит индивидуальный, нежели отраслевой характер⁸, еще реже – комплексный.

⁵ Согласно докладу директора Научно-исследовательского центра ОАО "Вертолёты России" Д.А. Подорящего на выставке HeliRussia 2011, сегодня есть программа развития технологий RISE (Rotorcraft Innovative Strategic Evolution) и её подпрограммы EvoSMART, EvoSAFE, EvoLOGY, EvoGREEN, EvoLOCITY, направленные на развитие соответствующих свойств вертолета в сфере эффективности, безопасности, экологичности и т.д. RISE – это набор технологий, решений, инновационный портфель.

⁶ Авиатакси (Air Taxis) – это следующая ступень рынка услуг в бизнес-авиации после первого класса в коммерческой авиации и перед воздушными перевозками по требованию (on-demand air transportation).

⁷ Кузык Б.Н. Инновационное развитие России: сценарный подход // Вестник Российской Академии Наук. - 2009. - № 3(том 79). - С. 216 - 224.

⁸ Власкин Г.А., Ленчук Е.Б. Промышленная политика в условиях перехода к инновационной экономике: опыт стран Центральной и Восточной Европы и СНГ. Ин-т междунар. экон. и полит. исслед. РАН. - М.: Наука, 2006.

МИРОВОЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ВЕРТОЛЁТОВ В ГОРОДАХ

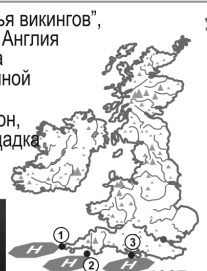
МЕГАПОЛИСЫ	Нью-Йорк	Париж (с пригородами)	Москва
Количество вертолётов, выполняющих полёты над городом	около 350	около 150, в т.ч. 30 государственных (муниципальных)	постоянно - 6 по отдельным разрешениям не более 10
Количество вертодромов и вертолётных площадок	137 (1998 год) в т.ч. 12 обществ., 125 частных	104 в т.ч. 15 аэродромов, 89 вертолётных площадок	10 в т.ч. 2 аэродрома, 1 вертодром, 7 вертолётных площадок
Количество полётов над городом в год (по документам 2002 года Мосавиа)	более 100 тыс.	более 20 тыс.	1300-1700

ЭКСПЛУАТАЦИЯ ВЕРТОЛЁТОВ В СЛОЖНЫХ УСЛОВИЯХ

① На маяке Longships Lighthouse "Ладья викингов", графство Корнуолл (англ. Cornwall), Англия оборудована вертолётная площадка для обслуживания автоматизированной системы и доставки зрителей

② Маяк Eddystone Lighthouse / Эддистон, пролив Ла-Манш, вертолётная площадка

③ Маяк Needles Lighthouse / Нидс, о. Уайт с вертолётной площадкой



1982 год * 1987 год

КЛАССИФИКАЦИЯ ВЕРТОДРОМОВ

Мобильные
На пересеченной местности
Наземные
На крышах домов
На понтонах
На морских и речных судах и яхтах
По индивидуальным проектам
На морских буровых платформах (пример платформы Лукойл)



www.lukoil.ru

ПАРК АВИАКОМПАНИИ PREMIAIR



Sikorsky 76 VIP
287 км/ч, до 818 км, 9 чел

PremiAir
LondonHeliport



Eurocopter Ecureuil AS 355
222 км/ч, до 700 км, 4 чел

ОСОБЕННОСТИ ВЕРТОДРОМОВ В ГОРОДАХ

Для повышения уровня безопасности полеты над городом проводятся как правило над руслами рек, промышленными и жилыми районами города. Пример - вертолётная площадка на 5 мест в сердце столицы London Heliport на Lombard Road. Время работы стоянки вертолетов с 07:30 до 19:30, полеты с 7 до 23 часов

LondonHeliport



www.londonheliport.com

МАРШРУТНАЯ СЕТЬ PREMIAIR ИЗ ЦЕНТРА ЛОНДОНА В АЭРОПОРТЫ. СТОИМОСТЬ



АЛЬТЕРНАТИВЫ

Для туристических авиапрогулок часто используют вертолёты (Гонконг, Сидней и др.) и воздушные шары, реже - дирижабли (США, Германия, Япония). В Токио на дирижабле фирмы Zeppelin NT можно посмотреть на город с высоты 600 метров. 90 минут полета стоит около \$US1100



ВЕРТОЛЁТЫ И ТУРИЗМ



Отели предлагают гостям собственные яхты и вертолёты с площадками, как, например, в Швейцарии Le Mirador Kempinski Lake Geneva на горе Мон-Перелин (Монтрё / Montreux)

ВЕРТОЛЁТЫ И ПОЧТА

Вертолеты DHL оперативно доставляют срочную почту заказчикам, например, на Дальнем Востоке России



АВИАТАКСИ В ЦЕНТРАЛЬНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ РФ

В пределах Центрального федерального округа имеется порядка 110 официально зарегистрированных вертолётных площадок. Маршруты Heliexpress: бизнес, экскурсии, гольф- и яхт-клубы, аэровизуальный полёт

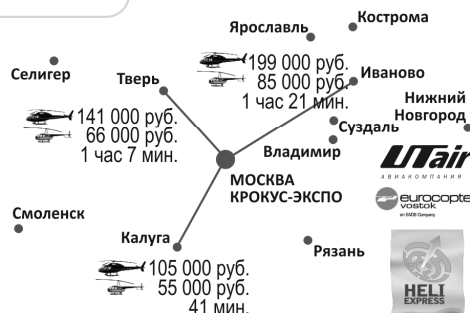


Рис. 1. Примеры перспективных и специализированных областей применения вертолётов

Исходя из вышесказанного, следующими этапами развития корпораций могут стать:

- формирование комплексного маркетингового управления авиационно-промышленными предприятиями России, а именно, стратегии продвижения брендов технологичной продукции высокой стоимости;
- учет национальной и региональной специфики в аэрокосмическом менеджменте, маркетинговых и рекламных компаниях (регионально-ориентированная компонента стратегии продвижения продукции);
- согласование в управлении брендами предприятия и региона, гармонизация стратегий корпорации и территории производства и продвижения.

Главная задача управления территорией - это эффективное освоение пространства, в первую очередь авиационным транспортом. Цель – достижение определённого уровня экономического влияния как гармоничного соединения пяти элементов: финансовой мощи, отлаженной системы информации, партнерства с компаниями и транснациональными корпорациями, сотрудничества с государством, средств поддержания безопасности и мира. Для осуществления вышеперечисленных и иных не менее важных задач межгосударственным союзам, таким как Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС), Ассоциация стран Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), Комиссия для стран южной части Тихого океана (КЮТО), Форум островов Тихого океана (ФОТО) и др., потребуется значительное количество и различный типаж авиационно-космической техники под собственным флагом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеева Н.Г., Дмитриев О.Н., Минаев Э.С. Менеджмент для инженера. Основы менеджмента / под ред. Э.С. Минаева. - М.: Высшая школа: Доброе слово, 2002. - Ч. I.
2. Артамонов Б.В. Стратегический менеджмент на воздушном транспорте. - М.: Авиа-Бизнес Групп, 2008.
3. Литвинов Н.Н. Стратегический менеджмент на примере Азиатско-Тихоокеанского региона: методология формирования групповой стратегии продвижения продукции авиационно-промышленных предприятий России в Азиатско-Тихоокеанском регионе: монография. - М., 2010. - (Strategic Management in the Asian-Pacific).

AEROSPACE BRAND STRATEGY OF HI-TECH MANUFACTURING COMPANY IN THE ASIA-PACIFIC

Litvinov N.N.

There is stated description of Core Competence of Corporation and Country (The Russian Federation). There are offered conceptual representation of formation to brand strategy of aerospace manufacturing company in The Asia-Pacific.

Key words: industry, brand strategy, Aerospace Management & Marketing, Asia-Pacific.

Сведения об авторе

Литвинов Николай Николаевич, 1976 г.р., окончил МАИ (2000), кандидат экономических наук, специалист инженерно-экономического отдела Инженерного центра ОАО "УК "Объединённая двигателестроительная корпорация", автор более 35 научных работ, область научных интересов - аэрокосмический менеджмент и маркетинг (включая авиационный транспорт), стратегический бренд-менеджмент.

УДК 338.22.021.2

ДЕЙСТВУЮЩАЯ СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ В ОБЛАСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ВОЗДУШНОГО ДВИЖЕНИЯ И КОНЦЕПЦИЯ ЕЁ ОПТИМИЗАЦИИ

Р.Г. МАЛЫШЕВ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Артамоновым Б.В.

В статье рассматриваются проблемные вопросы действующей системы сертификации в области организации воздушного движения и предлагаются пути оптимизации этой системы в целях повышения эффективности Единой системы организации воздушного движения России.

Ключевые слова: сертификация, организация воздушного движения, эффективность, безопасность воздушного движения.

Отрасль воздушных перевозок включает в себя несколько самостоятельных и весьма разнообразных элементов: непосредственно перевозки пассажиров и грузов воздушными судами, аэропортовое (наземное) обслуживание, обеспечение воздушных судов топливом и организацию воздушного движения (ОрВД). В настоящей статье рассматривается только область ОрВД и система сертификации в этой области.

Обязательная сертификация в гражданской авиации является одним из элементов реализации ответственности государства «за безопасное, регулярное и эффективное осуществление международных полетов» (пункт 1.1.1 [1]). Документов ИКАО, определяющих функции государства по обязательной сертификации в области ОрВД, на настоящий момент не существует. Об этом говорится в рабочем документе (пункт 1.4), представленном Межгосударственным авиационным комитетом (МАК) на Одиннадцатой аэронавигационной конференции по пункту 2.2 повестки дня [4, с. 2]. Необходимость и процедуры обязательной сертификации оборудования *радиотехнического обеспечения полётов и авиационной электросвязи (РТОП и С) и объектов системы организации воздушного движения* определяются каждым государством самостоятельно.

В России создана система обязательной сертификации в авиационной отрасли и, в частности, в области ОрВД, разработаны Федеральные авиационные правила и другие нормативные документы, определяющие перечень сертифицируемых объектов, порядок и процедуры сертификации.

Законодательным основанием существования этой системы является **Воздушный кодекс Российской Федерации** (Закон Российской Федерации от 19.03.1997 г. № 60-ФЗ), в частности статьи 8 и 48:

Статья 8. Обязательные сертификация и аттестация в гражданской авиации.

1. Обязательной сертификации подлежат ...наземное авиационное оборудование и другие объекты, а также юридические лица, деятельность которых непосредственно связана с обеспечением безопасности полетов воздушных судов.

2. Обязательные сертификация и аттестация осуществляются уполномоченными органами, на которые возложены организация и проведение обязательных сертификации и аттестации. Требования к проведению обязательных сертификации, аттестации и государственной регистрации и порядок их проведения устанавливаются федеральными авиационными правилами и обязательны для соблюдения всеми федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, а также физическими лицами, юридическими лицами.

Статья 48. Сертификация гражданских аэродромов и аэропортов, а также объектов единой системы организации воздушного движения.

3. Радиотехническое, светотехническое и метеорологическое оборудование, устанавливаемое на гражданских аэродромах, аэродромах совместного базирования гражданских воздушных судов и государственных воздушных судов и аэродромах совместного использования, а также объекты единой системы организации воздушного движения должны соответствовать требованиям годности к эксплуатации, что подтверждается соответствующим сертификатом годности к эксплуатации.

Однако существующая система обязательной сертификации в области ОрВД имеет ряд недостатков и противоречий, например:

I. Противоречия между положениями Воздушного кодекса и действующей структурой системы сертификации:

1. Не существует действующих документов «Требования годности к эксплуатации объектов ЕС ОрВД, средств РТОП и С», на соответствие которым должны проверяться при обязательной сертификации средства РТОП и С и объекты ЕС ОрВД (п. 3 ст. 48 ВК).

2. Федеральными авиационными правилами в соответствии с п. 3 ст. 8 Воздушного кодекса устанавливаются **требования к проведению обязательных сертификации**, аттестации и государственной регистрации и **порядок их проведения**, а не требования к объектам и средствам РТОП и С. Однако сертификационные требования к объектам и средствам РТОП и С установлены:

– разделами II, III, IV ФАП «Сертификация объектов единой системы организации воздушного движения», утвержденными приказом ФАНС от 26 ноября 2007 г. № 116;

– ФАП «Радиотехническое обеспечение полетов и авиационная электросвязь. Сертификационные требования», утвержденными приказом директора ФСБТ России от 11 августа 2000 г. № 248.

II. Отсутствие целостности государственной системы надзора и контроля.

Кроме регулярных проверок органами исполнительной власти в области ГА (Госавианадзор и Росавиация) предприятие также регулярно проверяется государственными надзорными органами по самым разным направлениям – ГО и ЧС, Санэпиднадзор, Ростехнадзор и т.д.

По каждому из этих направлений действуют регламентирующие документы, обязательные для выполнения независимо от отрасли. Но и в Федеральных авиационных правилах, устанавливающих требования к объектам и средствам РТОП и С, объектам ЕС ОрВД, содержатся требования, повторяющие отдельные пункты нормативных документов Ростехнадзора, ГО и ЧС, санэпиднадзора и т.д.

Вызывает сомнение целесообразность повторной проверки сертификационным органом в области ЕС ОрВД выполнения требований Ростехнадзора, санэпиднадзора и пр., тем более, что специализированные органы проводят проверки по своим направлениям куда более подробно и жестко.

III. Существующая система обязательной сертификации в области ОрВД в определенной мере тормозит создание и внедрение новых технологий и процедур управления воздушным движением.

Современный уровень развития техники позволяет реализовывать неожиданные и весьма эффективные технические решения, например удаленное УВД. Такая система позволит обслуживать воздушное движение в нескольких небольших и средних аэропортах из единого центра УВД. При этом значительно сокращаются расходы, повышается эффективность производства и безопасность воздушного движения.

Технология удаленного УВД, разработанная Saab при участии государственного провайдера АНО Швеции – предприятия LFV, в мае 2011 г. была успешно продемонстрирована международной аудиторией в Мальме¹.

¹<http://www.lfv.se/en/News/Nyheter-2011/Remote-tower-operations-a-step-closer-to-realisation/>

Аналогичный проект разрабатывается национальным провайдером АНО Австралии Airservices Australia. Во второй половине 2012 года планируется проведение оценки технологии управления воздушным движением в районе аэродрома Алис-Спрингс из центра УВД на расстоянии более чем 1500 км в г. Аделаида¹.

В России же, насколько автору известно, разработка систем удалённого УВД не ведётся. Одной из причин нежелания промышленности разрабатывать и внедрять эту весьма многообещающую технологию, по мнению автора, является несовершенство системы обязательной сертификации в отрасли, поскольку технические требования к системам ОВД содержатся в нормативно-правовых документах, утверждаемых отраслевым органом исполнительной власти и требующих регистрации в Минюсте. А эти процедуры, как известно, отнимают неоправданно большое количество времени и ресурсов.

IV. Низкая экономическая эффективность существующей системы сертификации.

Существующая система сертификации по структуре напоминает матрёшку и имеет как минимум 5 обязательных уровней, причём процессы более низкого уровня последовательно включены во все процессы более высокого уровня. На рис. 1 приведена иллюстрация, поясняющая структуру сертификации в области ОрВД России.

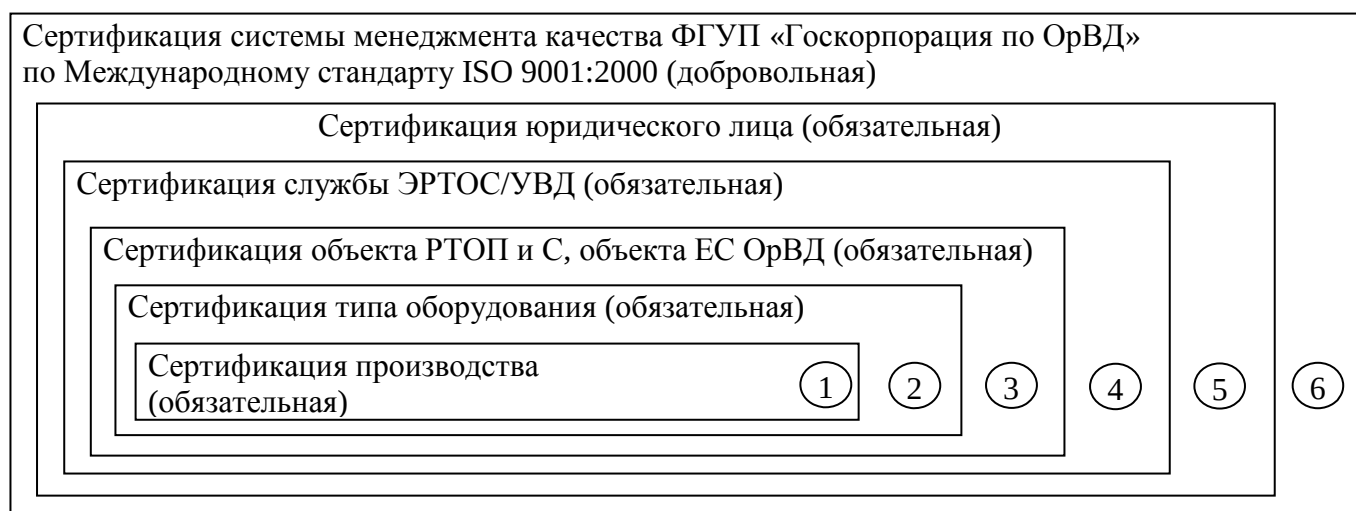


Рис. 1. Многоуровневая структура сертификации в области ОрВД России

Сертифицируется производство оборудования, тип оборудования, затем сертифицируется объект, на котором установлено оборудование различных типов, после чего сертифицируется служба (ЭРТОС, УВД), эксплуатирующая или использующая весь комплекс сертифицированного оборудования на сертифицированных объектах и в итоге необходимо сертифицировать юридическое лицо, имеющее в своём составе сертифицированные службы, эксплуатирующие или использующие весь комплекс сертифицированного оборудования на сертифицированных объектах.

Но поскольку зарубежным пользователям воздушного пространства более важно знать мнение независимых международных организаций о качестве аэронавигационного обслуживания, чем информацию о наличии сертификата на каждый отдельный объект РТОП, была проведена работа по добровольной сертификации системы менеджмента качества национального провайдера АНО России – ФГУП «Госкорпорация по ОрВД» на соответствие Международному стандарту **ISO 9001:2000** международным сертификационным органом «Bureau veritas».

Учитывая, что «Проведение обязательной сертификации осуществляется возмездно» (Статья 8 пункт 4 Воздушного кодекса), многоуровневая сертификация значительно увеличива-

¹ <http://www.airservicesaustralia.com/projects/remote-tower-technology/>

ет совокупную себестоимость конечного продукта ЕС ОрВД – услуги по аэронавигационному обслуживанию воздушного движения, *не оказывая прямого влияния на качество этой услуги.*

Кроме непосредственно оплаты сертификационных работ предприятие вынуждено часть своих производственных ресурсов отвлекать на подготовку доказательной документации, представляемой в орган по сертификации.

Можно предположить, что характер зависимости качества АНО или непосредственно связанного с ним уровня безопасности полётов от объёма сертификационных работ и, следовательно, от величины совокупных затрат на сертификацию имеет вид, приведённый на рис. 2.

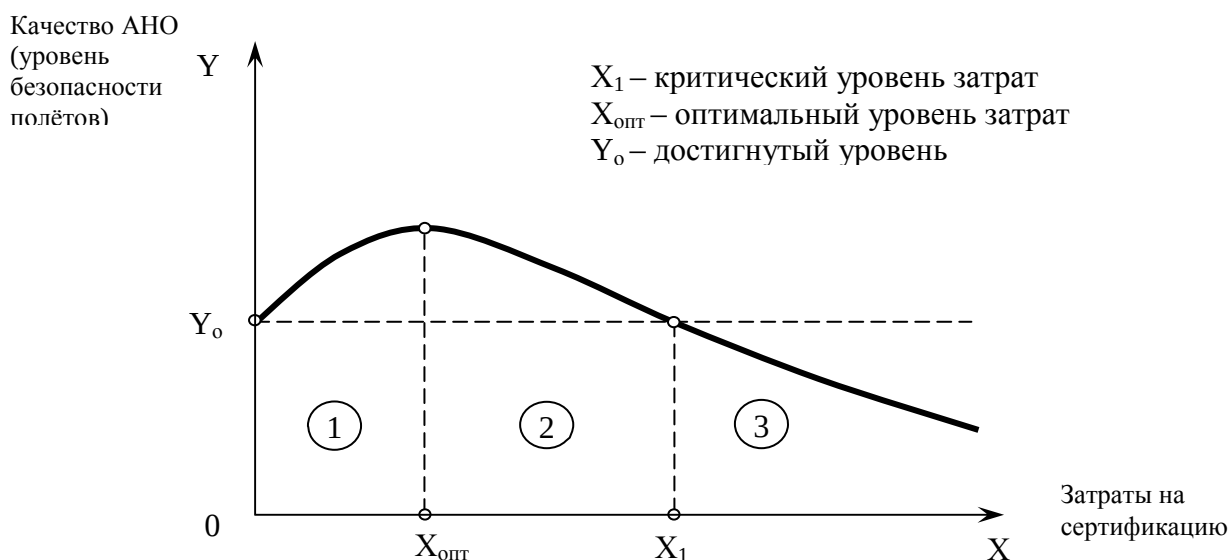


Рис. 2. Характер зависимости уровня качества АНО от величины затрат на сертификацию

На графике в области (1) от 0 до $X_{\text{опт}}$ затраты на сертификацию оказывают положительное влияние на качество АНО вследствие повышения объёма контроля над процессами производства и эксплуатации оборудования. Но если контролировать один и тот же параметр многократно, либо контролировать некритичные параметры, не влияющие на качество конечного продукта (ибо можно, например, сделать химический анализ чернил на документах, почему бы и нет), тогда мы перемещаемся в область (2) между $X_{\text{опт}}$ и X_1 , где повышение затрат на сертификацию уже снижает качество конечного продукта, поскольку ограниченные ресурсы предприятия расходуются не на совершенствование производственных процессов, а на многократную проверку и подтверждение их соответствия установленным требованиям. При дальнейшем повышении объёма сертификационных работ, а следовательно и затрат на сертификацию, качество АНО переходит в область (3) и становится ниже уровня Y_0 , достигнутого на начальном этапе. Сертификация, таким образом, становится самоцелью – сертификация ради сертификации. Такое положение недопустимо.

По мнению автора, существующая система обязательной сертификации в совокупности с действующими внеотраслевыми механизмами государственного контроля и надзора экономически неэффективна. «Меры по снижению уровня риска должны приниматься до тех пор, пока затраты на дальнейшее снижение риска не станут явно несоразмерными выгодам в результате такого снижения риска» (Дос 9882 ICAO «Руководство по требованиям к системе организации воздушного движения», п. 2.1.2 Безопасность полетов). Эта рекомендация ещё более применима и в отношении системы подтверждения соответствия.

Описанные проблемы общеизвестны, поэтому работа над совершенствованием отдельных элементов существующей системы обязательной сертификации ведётся непрерывно в течение длительного времени. Однако даже упростив некоторые процедуры, но не изменив структуру

этой системы, невозможно кардинально повысить эффективность предоставления АНО и приблизиться к общемировым показателям.

При оптимизации системы сертификации необходимо учитывать позицию МАК, изложенную в [4]:

2.4.3. ... *Сертификация типа оборудования и его производства, а также установка и эксплуатация оборудования в соответствии с одобренной сертификационным органом эксплуатационной документацией гарантирует безопасность использования такого оборудования.*

2.4.4. *Таким образом, все серийно производимые экземпляры данного типа оборудования идентичны типовой конструкции, соответствуют требованиям по обеспечению безопасности полётов и подлежат лишь необходимым проверкам на месте установки оборудования при вводе его в эксплуатацию.*

Кроме того, целесообразно использовать *поход, основанный на характеристиках (РВА), три основных принципа которого изложены в [3]:*

- *основной акцент на желаемые/требуемые результаты;*
- *принятие информированных решений, ориентированных на желаемые/требуемые результаты;*
- *использование фактов и данных при принятии решений*².

В данном случае требуемым результатом является реализация ответственности государства **«за безопасное, регулярное и эффективное осуществление международных полётов»**³. Необходимо принять решение по выбору оптимальных путей достижения этого результата и оценить эффективность принятого решения в конкретных измеряемых единицах.

Принимая во внимание, что сертификация не является самоцелью, а служит всего лишь инструментом при реализации функции государственного регулирования, контроля и надзора в отрасли, предлагается следующая концепция оптимизации системы сертификации в области ОрВД:

I. Обязательной сертификации подлежит **типовая конструкция оборудования радиотехнического обеспечения полётов и авиационной электросвязи (РТОП и С)**. Этот механизм в России существует и весьма эффективно работает – к установке и эксплуатации допускаются только средства РТОП и С, имеющие сертификат типа, выданный МАК.

II. Учитывая, что ЕС ОрВД России является элементом глобальной аэронавигационной системы, юридические лица, осуществляющие аэронавигационное обслуживание воздушного движения в соответствии с законом «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002 года № 184-ФЗ **добровольно** подтверждают соответствие системы менеджмента качества, действующей на предприятии, требованиям **международных стандартов**⁴.

Реализация предлагаемой концепции потребует внесения изменений в статьи 8 и 48 Воздушного кодекса России (Федеральный закон от 19 марта 1997 г. № 60-ФЗ), внесения дополнения в закон «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ в части возложения на МАК функций по техническому регулированию и сертификации в области ОрВД по аналогии со статьями 5.1 и 5.2 этого закона, корректировки некоторых федеральных авиационных правил и возможно других нормативно-правовых документов. Это весьма объёмная работа, но её результатом будет реальное повышение эффективности ЕС ОрВД без снижения уровня безопасности воздушного движения. Высвободившиеся ресурсы можно будет направить на непосредственное повышение качества конечного продукта – АНО и более полное удовлетворение потребностей пользователей воздушного пространства. Уменьшение количества административных барьеров будет стимулировать разработку и внедрение перспективных технологий УВД.

² [3, п. 1.2.1].

³ [1, п. 1.1.1].

⁴ Национальный провайдер АНО в России – ФГУП «Госкорпорация по ОрВД» имеет сертификат Системы менеджмента качества, выданный международным сертификационным органом «Bureau veritas».

Таким образом, государство в полной мере реализует свою функцию по надзору за деятельностью провайдер АНО, а единая система ОрВД будет функционировать более эффективно. При этом отрасль не станет бесконтрольной – плановые проверки и надзор государственных органов, в том числе и в области гражданской авиации, обеспечат соблюдение предприятием требований регламентирующих документов по всем направлениям деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Doc 8335-AN/879 ICAO.** Руководство по процедурам эксплуатационной инспекции, сертификации и постоянного надзора.
2. **Doc 9882 ICAO.** Руководство по требованиям к системе организации воздушного движения.
3. **Doc 9883 ICAO.** Руководство по глобальным характеристикам аэронавигационной системы.
4. **AN-Conf/11-IP/38.** Одиннадцатая аэронавигационная конференция. Монреаль, 22 сентября – 3 октября 2003 г., рабочий документ МАК.
5. Воздушный кодекс Российской Федерации: Федер. закон от 19.03.1997 г. № 60-ФЗ.
6. О техническом регулировании: Федер. закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ.
7. Радиотехническое обеспечение полетов и авиационная электросвязь. Сертификационные требования // Федеральные авиационные правила: утв. приказом директора ФСБТ России от 11 августа 2000 г. № 248.
8. Сертификация объектов единой системы организации воздушного движения // Федеральные авиационные правила: утв. приказом ФАИС от 26 ноября 2007 г. № 116.

THE CURRENT SYSTEM OF CERTIFICATION IN THE FIELD AIR TRAFFIC MANAGEMENT CONCEPT AND ITS OPTIMIZATION

Malyshev R.G.

The article deals with the problematic issues of the current system of certification in the field of air traffic management and suggests ways to optimize it to increase the efficiency of the Unified Air Traffic Management System of Russia.

Key words: certification, air traffic management, efficiency, safety air traffic control.

Сведения об авторе

Малышев Роман Григорьевич, 1959 г.р., окончил Куйбышевский авиационный институт им. С.П. Королёва (1982), начальник службы ЭРТОС филиала "Аэронавигация Центральной Волги" ФГУП "Госкорпорация по ОрВД", автор 1 научной работы, область научных интересов – экономическая эффективность аэронавигационного обслуживания воздушного движения, разработка и внедрение перспективных технологий ОрВД.

УДК 338.47 УДК 656.7

МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ РЕГУЛЯРНОСТИ ПОЛЕТОВ АВИАКОМПАНИЙ

Д.А. НАУМОВА

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Артамоновым Б.В.

В статье рассматриваются существующие методики оценки регулярности полетов в нашей стране и за рубежом.

Ключевые слова: регулярность полетов, методика.

Для экономически эффективного функционирования авиакомпании в условиях конкуренции одним из важнейших факторов является проблема регулярности полетов. Несоблюдение сроков вылета и прибытия рейсов влечет перевозчика в дополнительные расходы, связанные со штрафными санкциями пассажирам, грузополучателям и грузоотправителям, а также аэропортам, если задержки рейсов происходят по вине авиакомпании, что связано, как правило, с ошибками менеджмента.

Регулярность полетов воздушных судов гражданской авиации включает понятие регулярности отправок воздушных судов и регулярности выполнения рейсов. Регулярность полетов характеризует работу предприятий гражданской авиации по доставке пассажиров, багажа и грузов в соответствии с договором на перевозку. Регулярность полетов – выраженное в процентах отношение количества выполненных рейсов без задержки к общему количеству выполненных рейсов. Это один из важнейших показателей качества функционирования авиатранспортных предприятий.

Перед федеральными органами исполнительной власти в области гражданской авиации стоит задача обеспечения постоянного мониторинга регулярности полетов авиакомпаний. Действующая методика не учитывает многие особенности выполнения перевозок в современных условиях, что позволяет авиаперевозчикам предоставлять некорректные данные по регулярности полетов, как следствие в авиакомпаниях и аэропортах гражданской авиации наблюдается низкое качество обслуживания пассажиров. Основным документом, определяющим методику оценки регулярности полетов, применимую терминологию, правила учета регулярности полетов, методику определения причин задержек рейсов, организационно-экономические взаимоотношения участников рынка, а также задающим классификатор нарушений регулярности полетов на текущий момент является «Руководство по обеспечению и учету регулярности полетов воздушных судов гражданской авиации СССР (РРП-90)».

Существующая методика 1990 года не отражает реалии сегодняшней действительности. Аэропорты и авиакомпании руководствуются методикой двадцатилетней давности, которая была разработана, когда аэропорт и авиакомпания были единым структурным подразделением. В ней не учитывается деятельность по обслуживанию авиаперевозок отдельных самостоятельных хозяйствующих субъектов (пассажир, авиакомпания, оператор аэропорта, компания по наземному обслуживанию, ФГУП «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации»). Кроме того, методика не соответствует международным правилам учета регулярности, а данный показатель влияет на принятие решения Росавиации по допуску эксплуатантов к выполнению международных полетов, а также при оценке выполнения требований федеральных авиационных правил воздушных перевозок пассажиров, грузов и требований к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей. Особенности существовавшей системы учета пунктуальности определялись существовавшей системой государственного регулирования и организационной структурой существовавшего единственного эксплуатанта гражданской авиации. Не ставя под сомнение эффективность работы такой системы в тех условиях, в которых она создавалась и функционировала, следует отметить ее недос-

татки с позиции возможности применения в настоящее время. К таким недостаткам следует отнести: ориентированность на применение в отношении одной компании с разнесенными по территории филиалами, также она неприменима в отношении самостоятельных юридически и хозяйственно независимых субъектов структуры гражданской авиации, работающих в рыночных условиях. Классификатор нарушений регулярности полетов РРП-90 не отвечает сегодняшним потребностям аэропортов и авиакомпаний, понятие отправления в отечественных и международных документах интерпретируется по-разному, различаются критерии своевременного прибытия.

Посмотрим на международный опыт. В зарубежной практике, в условиях свободного и дерегулированного рынка, регулярность полетов имеет важное значение для авиакомпаний в целях привлечения высокодоходных пассажиров, сокращения затрат на обслуживание задержек, сохранения прав на исторические слоты. Соответствующие ассоциации перевозчиков (например, Ассоциация европейских авиакомпаний) регулярно подводят итоги деятельности своих членов в целях стимулирования их развития и совершенствования коммерческой практики, а также деятельности производителей аэропортовых и аэронавигационных услуг. Главной задачей таких Ассоциаций является внедрение открытой культуры безопасности полетов, проведение экспертиз и исследований, которые помогают обмениваться передовым опытом авиакомпаниям, аэропортам и органам ОрВД, способствовать внедрению единообразных норм и правил полетов. Оценки производятся по показателям пунктуальности как отправок, так и прибытий. В Европе дифференцируют регулярность авиакомпаний и аэропортов. Регулярность аэропортов учитывается по времени вылета рейсов, а регулярность авиакомпаний по времени прилета в аэропорт. Это является более обоснованным, так как пассажиру важнее, когда он прилетел в пункт назначения, а не насколько регулярно он вылетел. Перевозчики самостоятельно либо в рамках созданных ими Ассоциаций регулярно подводят итоги деятельности используемых аэропортов по показателю «пунктуальность отправления», задача которых стимулировать пунктуальность аэропортов, скоординировать работу служб аэропорта и авиаперевозчиков, оптимизировать технологии наземного обслуживания воздушных судов и пассажиров. У пунктуальных аэропортовых операторов показатель регулярности отправок достигает 90%.

В России в настоящее время учет регулярности ведется только по авиакомпаниям, и вылет фиксируют по отрыву от полосы. На Западе, если говорить о регулярности вылетов, - по отгону трапа, так как на этом процесс, на который влияет авиакомпания, заканчивается. Далее начинается работа аэропорта и служб управления воздушным движением. А это уже показатель регулярности аэропорта. Важно то, как выстроены процедуры руления, свободна ли взлетная полоса, своевременно ли проведен облив, закрыт ли аэропорт на прием важных персон и другое. Относительно временной градации задержек европейцы применяют другие показатели: для авиакомпаний в частности - прилет рейса с задержкой до 15 минут считается рейсом, выполненным регулярно. Задержки классифицируются с прибытием до 1 часа и свыше 3-х часов, это дает более ясную картину задержек. Ассоциация европейских перевозчиков использует для подсчета простую схему: время отправления для аэропорта и время прилета для авиакомпании с задержкой в пределах 15 минут и прибытие вовремя, после чего выводится пунктуальность. Причем рейтинг пунктуальности разделен на ближне- и дальнемагистральные направления, что наиболее объективно, поскольку на дальнемагистральных направлениях роль встречных воздушных потоков играет значительно большую роль нежели на коротких расстояниях. Так, например, по данным ассоциации европейских авиакомпаний за прошлый год немецкой Lufthansa удалось вообще не допускать отмены рейсов и достичь высшего показателя регулярности только на дальнемагистральных направлениях, а вот на европейских она заняла лишь 13 место, выполнив 98,9% запланированных рейсов. Отменой рейса считался случай, когда полет был аннулирован по любой причине максимум за три дня до вылета.

За основу расчета пунктуальности рейсов авиакомпаний в нашей стране более целесообразно взять действующую в Европе классификацию задержек рейсов по диапазонам, однако размерность диапазонов скорректировать в соответствии с нормами российского законодатель-

ства (ФАП) и принять категории: 15-30 минут (незначительные задержки, высокая пунктуальность), 31-120 минут (средняя пунктуальность), 121-360 минут (низкая пунктуальность, зона регулирования ФАП), более 360 минут (зона риска, зона регулирования ФАП, Росавиации). Задержки отправления рейсов продолжительностью до 15 минут не учитывать и считать такие рейсы выполненными своевременно.

Сведения о пунктуальности отправлений воздушных судов целесообразнее приводить отдельно по отправлениям и прибытиям рейса в отчетном аэропорту по каждому эксплуатируемому направлению маршрутной сети, а также по каждому авиаперевозчику, действующему на данном направлении, и типу перевозки. Также данные можно разделять по типу авиаперевозок на регулярные пассажирские рейсы и чартерные пассажирские рейсы. Для каждого авиаперевозчика необходимо указывать фактическое количество рейсов, выполненных им на каждом эксплуатируемом им направлении. Отдельно указывать количество рейсов, выполненных с задержкой, и количество рейсов, выполненных с задержкой, вызванной метеоусловиями. Общее количество рейсов, выполненных с задержкой, распределяется в соответствии с длительностью допущенной задержки. Отдельно указывать среднее время задержек, допущенных авиаперевозчиком на данном направлении, на каждый выполненный рейс, то есть соотношение суммарного времени допущенных задержек в минутах к общему количеству выполненных рейсов. Необходим учет количества рейсов, отмененных авиакомпанией на данном направлении за отчетный период. В итоге, произвести сравнение показателей отправлений и прибытий рейсов каждой авиакомпании на каждом направлении и сформировать рейтинг на основе худших показателей, исключив, таким образом, возможность искусственного завышения времени полета, ранних прилетов и других методов недобросовестной конкуренции авиакомпаний, применяемых для завышения рейтинга. Для публикации рейтинга целесообразно выбрать на конкурсной основе коммерческую организацию, консолидирующую первичные данные статотчетности, проводящую необходимые операции по обработке данных и осуществляющую публикацию итоговых данных в сети Интернет и в официальных отраслевых СМИ.

В международной практике система мониторинга авиационного транспорта, применяемая государственными и общественными организациями, полностью автоматизирована и построена на основе электронных запросов к базам данных систем бронирования и продаж, управления отправлениями, управления ресурсами, визуализации и информирования и других систем. Формат запросов, их периодичность и детализация имеют различную форму и могут меняться в зависимости от текущих потребностей потребителей информации. Первичный сбор информации осуществляют государственные органы власти и отраслевые ассоциации. На основе этой информации общественные организации проводят анализ и публикацию статистических данных в различных разрезах в соответствии с потребностями потребителей и в целях защиты их прав.

В части мониторинга и публикации данных по пунктуальности рейсов можно привести в качестве примера методику, принятую в Великобритании. Администрация гражданских авиаперевозок ежемесячно собирает статистику по пунктуальности выполненных рейсов, основываясь на данных, полученных из баз данных аэропортов, координирующей организации, а также из других источников. Информация публикуется в свободном доступе на Интернет-сайте администрации. В качестве примера оценки регулярности полетов можно привести общественную организацию, собирающую, анализирующую и публикующую данные по пунктуальности рейсов всех авиакомпаний, выполняющих рейсы в аэропорты Великобритании. Компания получает информацию из администрации гражданских авиаперевозок, анализирует и составляет рейтинг авиакомпаний в разрезе общей пунктуальности каждой авиакомпании и пунктуальности авиакомпаний по каждому направлению в отдельности.

Российский рынок авиаперевозок в последние годы переживает период своего экстенсивного развития, сдерживаемого негативным прошлым, включающим в себя устаревшие производственные традиции, неактуальные нормативно-правовые акты, избыточные парки неэффективных воздушных судов. Вкупе все перечисленные негативные тенденции существенно деформи-

руют экономику авиаперевозок, вынуждая авиакомпании отказываться от долгосрочных целей в пользу краткосрочных, в том числе применять демпинговые инструменты в ущерб качеству услуг, одной из характеристик которого является регулярность полетов.

Регулярность полетов имеет свою цену, складывающуюся из стоимости избыточно резервируемой авиатехники, более высокой стоимости новых технически совершенных воздушных судов, упущенной выгоды в случае сглаживания волн прилетов и вылетов, потерь при снижении интенсивности полетов и налета на воздушное судно, организационных затрат на совершенствование бизнес-процессов и так далее. Таким образом, нецелесообразно административно принуждать авиакомпанию к достижению стопроцентной регулярности полетов, так как в конечном итоге за это заплатит пассажир ценой авиабилета, в то время как для большинства пассажиров гораздо более важным фактором является стоимость авиаперевозки при приемлемом уровне качества услуги.

Ущерб от задержек рейсов связан с тем, что непунктуальность - это реальный фактор снижения прибыльности и конкурентоспособности. Существующий рейтинг пунктуальности авиакомпаний, ежегодно формируемый Росавиацией, не является полностью объективным документом, так как методика устарела и не учитывает ряд современных особенностей рынка авиаперевозок. Между тем, авиакомпаниям из «черного» списка наносится репутационный урон, причем не всегда оправданный, что сказывается на их имидже и финансовых результатах деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 №60-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.02.1997).
2. Разработка методики учета регулярности полетов воздушных судов гражданской авиации: НИР от 05.10.2009.
3. Руководство по обеспечению и учету регулярности полетов воздушных судов гражданской авиации СССР (РПП ГА-90): утв. приказом МГА СССР № 6 от 10.01.1990.

EVALUTION OF THE REGULARITY OF FLIGHTS OF AIRLINES

Naumova D.A.

The article considers the existing methods of evaluation of regularity of flight in our country and abroad.

Key words: regularity of flight, methods.

Сведения об авторе

Наумова Дарья Андреевна, окончила МГТУ ГА (2011), аспирантка кафедры менеджмента МГТУ ГА, автор 3 научных работ, область научных интересов - система менеджмента и маркетинга в авиакомпаниях, регулярность полетов.

УДК 331.22

ОШИБКИ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ СОЗДАНИИ И ВНЕДРЕНИИ СИСТЕМЫ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

А.В. ПАЛАТКИНА, Н.И. СТЕПАНОВА

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Фридляндом А.А.

Рассматриваются основные ошибки, которые возникают при построении и внедрении системы ключевых показателей эффективности в компании, и пути их преодоления.

Ключевые слова: ключевые показатели эффективности, система КПЭ, цели, ошибки.

Развитие рыночных отношений в России обусловило эволюцию управления трудовыми ресурсами, систем оплаты труда на основе учета рыночной стоимости трудовых ресурсов, оценки эффективности труда работников и их квалификации. В острой конкурентной борьбе предприятий возрастает роль трудовых ресурсов, как одного из основных ключевых факторов успеха, непосредственно влияющих на достижение целей организации.

В российских компаниях большее значение приобретает наличие прозрачных систем управления персоналом, аналогичных системам компаний развитых стран. Данное требование абсолютно необходимо для компаний, стремящихся к выходу на международные рынки, а также тех, кто намеревается привлечь иностранных инвесторов.

Управленческие технологии, внедренные по принципу «чтобы было», не только не приносят улучшений, но и вредят бизнесу любой компании. Каждая компания имеет свои внутренние причины, по которым она внедряет у себя Система ключевых показателей эффективности (КПЭ). Несомненное достоинство этой системы – возможность создавать для сотрудников индивидуальные ориентиры, включая не только целевые значения результатов деятельности, но и показатели развития самого работника. Однако надо учитывать: система действует, только если она построена верно. Все усилия по сбору и обработке информации, организации и выплате премий могут оказаться неоправданными, если система разработана и внедрена неправильно.

Самое главное, что не следует путать систему КПЭ с системой сбалансированных показателей, ориентированных на стратегические цели и перспективы. КПЭ – контроль стратегической деятельности на уровне бизнес-процессов через систему определенных показателей. Они выступают измерителями достижимости целей, а также характеризуют эффективность бизнес-процессов и работу каждого отдельного сотрудника.

Ключевые показатели эффективности (КПЭ) – это русский, адаптированный перевод с английского языка термина KPI (Key Performance Indicators). Indicators означает не «показатели», а «индикаторы». Между двумя этими понятиями есть разница: показатель – обобщенная характеристика свойств, индикатор же указывает на определенное состояние объекта наблюдения, его конкретное качество. Слово performance означает не «эффективность», а «исполнение». Таким образом, более точный перевод понятия KPI – «ключевые индикаторы исполнения».

Процесс создания и внедрения системы ключевых показателей эффективности включает несколько этапов. В процессе анализа была разработана классификация групп ошибок:

1. Организация процесса разработки показателей. В эту группу включаются те ошибки, которые возникают на самых первых этапах разработки показателей, установлении центров ответственности.

2. Установление целевых значений. К этой группе относятся ошибки, которые возникают на этапе присвоения цели конкретное цифровое значение для количественных показателей и описание для качественных (проектных).

3. Взаимосвязь показателей и целей – ключевые показатели деятельности, используемые для премирования работников, должны не только четко отражать цели предприятия, но и способствовать распределению этих целей на все уровни управления.

4. Расчет ключевых показателей эффективности – методики расчета показателей необходимо прорабатывать еще на этапе разработки показателей, чтобы впоследствии избежать появления ошибок этой группы.

5. Контроль – одна из самых важных групп ошибок, так как именно во время контроля выявляются все недостатки внедренной системы показателей, которые можно скорректировать в будущем. И появляется возможность проследить работу системы ключевых показателей. К первой группе относятся следующие ошибки:

- неправильно разработан сам набор КПЭ, т.е. он не отвечает стратегическим целям компании. Эта задача, требующая очень глубокого анализа деятельности компании и понимания ее специфики, полностью подчиняющаяся законам логики. Если четко знать стратегию компании, на каком рынке и с какими клиентами она работает, как организован процесс и где ее слабые места, то не составит особого труда определить оптимальный набор ключевых показателей;
- разработанные показатели не удовлетворяют основным требованиям (простота и понятность);
- многозначность показателя (под одним показателем подразумеваются разные цели);
- показатель разработан таким образом, что за его выполнение отвечают не только тот персонал, у которого он установлен, но еще и многие другие работники компании, а у них его нет;
- перечень показателей для отдела разработан таким образом, что на его выполнение влияют все работники компании, и в перечне нет ни одного показателя, на выполнение которого влияют сами работники отдела;
- разработан такой показатель, полную информацию по выполнению которого возможно получить только при закрытии бухгалтерской отчетности за весь год;
- отсутствие центров ответственности системы премирования, т.е. показатели устанавливаются для компании в целом, и вклад отдельного ЦО в результаты ее деятельности не определяется;
- установление для центра ответственности показателей, которые он в действительности не контролирует;
- отсутствие дифференциации показателей, а также информирования о них каждого работника или структурного подразделения;
- дублирование функций управления, громоздкость и сложность организации управления предприятием.

Ко второй:

- наличие субъективизма при установлении целевых значений (установлением целей должны заниматься не только персонал, непосредственно рассчитывающие КПЭ, но и сотрудники, которые отвечают за исполнение этого показателя);
- неправильно установлена цель для показателя (она может быть очень сильно завышена или наоборот очень низкая или она просто не может быть достигнута именно в данных условиях работы компании);
- установленные целевые значения не отвечают принципу SMART (цель должна быть конкретной, измеримой, достижимой, сопоставимой и определена во времени);
- целевое значение установлено по образцу другой компании или взято «из головы» (при установлении целей необходимо ориентироваться на внутренние документы компании: бюджет, нормативы, стандарты, необходимо рассмотреть исторические данные и учитывать сезонность).

В третьей группе можно выделить следующие ошибки:

- отсутствие стратегии или стратегического плана развития предприятия, в результате чего персонал ориентируется на краткосрочные результаты и не учитывает перспектив;
- сохранение старого перечня КПЭ при изменении организационной структуры или долгосрочных целей;

- отсутствие систематизации целей компании, т.е. структуры («дерева целей»), которая должна формироваться от целей верхнего уровня (стратегических) до целей более низкого уровня (тактических);

- отсутствие декомпозиции целей и соответственно ключевых показателей деятельности, вследствие чего линейные менеджеры не способствуют достижению показателей, установленных высшему руководству. Необходимо сначала разрабатывать показатели для верхнего уровня управления, а затем распространять их на более низкие уровни (для начальников цехов, служб, отделов);

- отсутствие прямой связи показателей с результатами деятельности подразделения (сотрудника).

В четвертой группе:

- отсутствие корректировок ранее установленных плановых (бюджетных) показателей или приведения к сопоставимым условиям целевых значений при изменении внешней среды, что приводит к невыполнению показателя за весь год;

- не определенный и не утвержденный порядок или методика оценки показателей (все количественные показатели должны иметь четкую методику (формулу) расчета, для качественных показателей, на этапе установления целевых значений, необходимо сформировать четкий план оценки показателя);

- невозможность точного измерения количественных и качественных ключевых показателей деятельности. Количественные должны иметь значения в числовом виде, а для качественных нужно заранее ввести шкалу (имеющую, например, два значения - «выполнено» или «не выполнено»);

- отсутствие после расчета рассмотрения причин невыполнения показателей (необходимо после каждого отчетного периода рассматривать причины невыполнения показателей, чтобы в режиме реального времени скорректировать действия сотрудников и направить к достижению поставленной цели).

В пятой группе:

- не определены процедуры пересмотра системы премирования, правила внесения изменений и совершенствования механизма ключевых показателей деятельности;

- при совершенствовании системы премирования не устанавливаются приоритеты в деятельности;

- новые показатели устанавливаются без анализа ранее действовавшей системы премирования и без обсуждения проблем, возникших в прошлых периодах;

- не проводится диагностика текущего состояния компании;

- не определяется цель и необходимость совершенствования системы премирования.

Все вышеперечисленные ошибки приводят к «разрушению» внедренной системы ключевых показателей эффективности. И сам принцип внедрения системы КПЭ в большинстве российских предприятий основан на привязанности к материальному вознаграждению, что приводит к тому, что ради крупного вознаграждения сотрудник иногда может пойти на обман и подтасовку данных. Чтобы избежать все вышеперечисленные ошибки, внедрение системы КПЭ на предприятии проходит в несколько этапов. Последовательность этапов является определяющей, и ее изменение негативно отражается на работоспособности системы.

Ключевыми факторами успешной реализации системы КПЭ являются:

- предварительная разработка стратегии, которая является определяющим фактором успеха. Система ключевых показателей эффективности - это есть лишь инструмент информационного обеспечения процесса принятия управленческого решения;

- определение целей организации с учетом того, насколько достижение поставленной цели увеличивает стоимость компании;

- наличие информационной системы, являющейся источником данных и базой для определения ключевых показателей эффективности;

- поддержка руководства, изменение стиля корпоративного управления и системы стимулирования персонала. При оценке эффективности работы происходит пересмотр принципов стимулирования (премирования) сотрудников, поскольку система оценки ключевых показателей эффективности замыкается на оценку деятельности конкретного сотрудника;
- постоянное использование системы, введение ее в качестве необходимого инструмента в деятельности руководителя.

Если КПЭ объективны, т.е. цели каждого конкретного сотрудника достижимы и при этом увязаны с задачами компании – они становятся мощным мотивирующим фактором. В результате эффективность работы возрастает в разы. Нередко внедренная система КПЭ становится катализатором, заставляющим людей смелее вступать в контакт с руководством, предлагая новые идеи и решения, указывать на слабые места в работе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Десслер Г. Управление персоналом. - М.: Бином, 2004.
2. Ряковский С. КРІ в российских компаниях: трудности перевода // Справочник по управлению персоналом. - № 5. - 2011.
3. Вишнякова М. Пять «но» использования КРІ // Справочник по управлению персоналом. - № 5. - 2011.
4. Ключков А.К. КРІ и мотивация персонала: полный сборник практических инструментов. - М.: Эксмо, 2010.
5. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда: Инструменты. Методика. Практика. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

ERRORS AT CREATION AND INTRODUCTION OF SYSTEM OF KEY PERFORMANCE INDICATORS

Palatkina A.V., Stepanova N.I.

The basic errors which arise at construction and introduction of system key performance indicators in the company and a way of their overcoming are considered.

Key words: key performance indicators, system KPI, the purposes, errors.

Сведения об авторах

Палаткина Анна Вадимовна, окончила МГТУ ГА (2009), аспирантка кафедры экономики МГТУ ГА, автор 7 научных работ, область научных интересов – совершенствование системы заработной платы работников авиапредприятий, ключевые показатели эффективности, современные проблемы управления персоналом, маркетинг.

Степанова Нина Ильинична, окончила МИЭИ им. Орджоникидзе (1969), кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой экономики ГА, автор 80 научных работ, область научных интересов – экономика воздушного транспорта.

УДК 338. 24

ТАНЕЦ В РЕКЛАМЕ КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ СОЗНАНИЕМ

Ж.В. ПИМЕНОВА

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Артамоновым Б.В.

В статье рассматривается соотношение танца и рекламы как двух форм коммуникации, выясняется роль воздействия танцевального образа на сознание целевой аудитории.

Ключевые слова: танец, реклама, коммуникация, культура, управление сознанием.

Танец и реклама представляют собой две формы коммуникации, воздействующие на сознание целевой аудитории. Появление данных форм обусловлено исторически и оправдано с точки зрения социально-экономических изменений, происходивших в процессе развития человеческого общества. Наиболее яркое их сосуществование очевидно в контексте современной художественной культуры, в которой сознание конкретных социальных групп подвержено явной трансформации. Подобная трансформация заявляет о себе достаточно «красноречиво» в условиях глобализации, породившей унификацию культурных миров, интенсивное развитие информационных и коммуникационных технологий.

Нарастающая универсализация культурной жизни не только не способствует формированию монокультурного мира, но наоборот приводит к явлениям локализации, выражением которых стал принцип мультикультурализма. Такой принцип можно определить как практику и политику неконфликтного сосуществования в одном социальном пространстве многочисленных разнородных культурных сообществ.

Танец, как универсальный язык художественной коммуникации, отражает многоликость культурных реалий, способствуя эмоциональному восприятию предметной событийности через пластику и энергетику движений. Танцевальный текст рождает в сознании публики новый эмоционально трактуемый художественный мир, индуцирующий позитивное желание измениться к лучшему, обретение внутренней свободы. Поиск свободы в плоскости телесной кинетики есть одновременно источник и результат измененного состояния сознания. Сознания, управление которым возможно как в рамках искусства, являющегося формой отражения жизни, так и в контексте рекламы, выступающей особым видом текста. Текста, выразительная сила которого заключается в соединении словесного и изобразительного творчества.

Рекламный текст передаваем через рекламное сообщение, побуждающее целевую аудиторию скоррелировать поведение как в выборе определенной покупки (товара, услуги), в частности, так и с целью радикального изменения жизненных установок, в целом. В этом случае рекламное послание, как элемент коммуникационного механизма, воздействует на подсознание человека, управляя его поведенческими устремлениями.

Рекламный текст обладает способностью психологического воздействия на общество, затрагивая, прежде всего, эмоциональный компонент сознания человека, сущностно преобразуя нацеленность витальных мотиваций. Эмоциональное начало в восприятии рекламного сообщения превалирует над рациональным. Это важно в плане эффективности влияния рекламного послания при запоминаемости его содержания со стороны потребителя рекламной информации.

Известно, что в современной парадигме культуры считается нормой представление о том, что эмоциональное развитие человека является не менее важным условием успеха по сравнению с его интеллектуальным развитием. Более того, позитивная эмоциональность, вызванная эстетической потребностью, развивает интеллектуальные возможности человека, что приводит к сбалансированности поведенческих чувственных, кинетических способностей. Грамотно соз-

данный рекламный текст учитывает эмоциональные доминанты человеческой природы. Это наглядно отражается в визуальном ряде рекламных иллюстраций, в плоскости которых представлена динамика движенческих образов. Движение, зрительно постигаемое, управляет сознанием рекламной аудитории, эмоционально преобразуя стереотипы мышления и поведения.

Движение, воплощенное в танце, есть способ художественной коммуникации. Оно само по себе художественно ценно, поскольку представляет элемент хореографического текста, пробуждающего человеческие эмоции. Эмоции, порождающие желание физически совершенствоваться, высвобождающие негативные установки в поведении. Поведении, трансформация которого есть результат изменения сознания. Сознания, бытие которого управляемо, в частности, посредством каналов рекламной коммуникации.

Каналы – это та часть коммуникационной системы, в рамках которой происходит перенос сообщения от адресанта к адресату. Важное значение для эффективности запоминаемости рекламных образов имеет такая характеристика каналов, как их динамичность или статичность. Танцевальный образ в рекламном тексте динамичен по сути, и его энергетика воздействия на сознание субъекта усилена музыкальным сопровождением, что, в свою очередь, повышает степень подсознательного участия потребителя рекламного видеоролика в выборе предоставляемого товара/услуги. Преимущества рекламы, использующей динамичную модель, очевидны. Они раскрываются, как правило, в телевизионной и радиорекламе.

Танцевальные включения в рекламный контекст преобразуют его содержание, акцентируя внимание зрителей на визуальном ряде и звучании, иллюстрирующими пластику и ритм человеческого тела. Художественная модель телесности, выражаемая через рисунок танца, расширяет границы сознания субъекта, тем самым управляя его поведением. Танцевальное движение мотивирует зрителя иногда сущностно изменить образ и стиль жизни. Использование танцевальных построений в рекламных сообщениях должно происходить с учетом когнитивных возможностей целевой аудитории.

Танец содержательно насыщает емкость коммуникативности канала пространством кинетики в рамках телевизионной рекламы. Емкость коммуникативного канала является важной характеристикой для оценки эффективности рекламы и, следовательно, ее действительного влияния на процесс восприятия адресатом. У данной емкости есть содержательное измерение, которое можно оценить степенью насыщения рекламного сообщения конкретным мотивом. Удачно выстроенная коммуникация заключается в том, чтобы знать, в каких границах емкости следует действовать. Танцевальное «повествование», в этом случае, представляет собой оптимальный вариант визуализации информации, мотивирующей целевую общественность изменить жизненные приоритеты, учитывая, что «степень эмоционального внушения, которое можно индуцировать в сознании аудитории, ограничена множеством когнитивных и поведенческих процессов» [1, с. 23].

Танец в рекламной коммуникации есть сильнейший фактор радикального преобразования поведенческих реакций субъекта в сторону улучшения качества жизни как телесной, так и мыслительной. Язык танца мотивирует зрителя осуществить принципиальную трансформацию привычных устоев в его индивидуальной культуре. Реклама же является формой социальной коммуникации, позволяющей транслировать хореографический текст до сознания целевой аудитории, эмоционально преобразуя природу человеческой сущности.

Человек как потребитель рекламной информации, испытывая ее изобразительное воздействие, включен в контекст визуальной культуры, содержание которой воспринимается им благодаря видению. Понятие «визуальная культура» становится объектом многих научных исследований. Это объясняется тем, что человеческая жизнь все более визуализируется. Носители визуальной культуры, к одним из которых можно отнести как произведения искусства в целом, так и хореографический образ, в частности, наиболее эффективно воздействуют и управляют общественным сознанием, коррелируя в нем устоявшиеся ценности. Ценности, сообразно которым выстраивается последовательность поведенческих стереотипов, меняются нравственные устремления.

Визуальный аспект современной художественной событийности реально ощутим в плоскости динамических видов искусства, к одному из которых относят танцевальный жанр. Жанр, подтверждающий факт визуализации культуры. «Явление визуализации культуры – эстетическое воспроизводство действительности, культурных форм в удобных для зрительного восприятия форме. Визуальная форма складывается из визуального материала, т.е. комплекса технических выразительных средств, и его семиотических значений» [2, с. 23].

В контексте визуального восприятия зритель ввергнут в семиотическое пространство художественных образов, одним из ярчайших примеров которых является хореографический образ. Этот образ синтетичен и метафоричен. Танцевальный язык сложен и одновременно прост в понимании его жестовой природы. Танцевальное время условно так же, как условно синтетическое действо балетного спектакля, постигаемое публикой через визуальное сопереживание характера движений танцовщиков. Хореографическая пластика есть некая знаковая художественная система, предвосхищающая ритм и настроение устремлений человека. Человека, одержимого танцем. Танцем, наполняющим смыслом человеческое пребывание в земном измерении.

Содержание танцевальной символики постигается преимущественно визуальным способом, не исключая аудиальное присутствие слушателя в плоскости музыкального сопровождения хореографической постановки. Целесообразно отметить визуальный компонент языка танца, воспроизводимый посредством множества разных знаковых систем: 1) декораций; 2) костюма; 3) драматургии хореографического действия; 4) светового решения; 5) цвета и 6) пластики тела.

Язык тела можно представить в виде дискретных знаков, одной из разновидностей которых является жест. Жест есть фиксируемая концентрированная телесная форма, яркость которой говорит в отсутствие слов сама за себя. Кристаллизация телесного языка порождает танец. Как верно заметил В.Э. Мейерхольд: «Танец для нашего тела то же, что и музыка для нашего чувства: искусственно созданная, не обращающаяся к содействию познания форма» [3, с. 93].

Танцевальный персонаж в контексте рекламного сообщения индуцирует в сознании зрителя эстетическую потребность в оценке повседневности, понимаемой им как новая реальность, значимая с точки зрения красоты форм. Красота форм жизни способна изменить представления о выборе целевых установок. Красота порождает положительные эмоции, ценные сами по себе. Красота танцевального образа в рекламном тексте есть некая художественная провокация, меняющая характер традиционных взглядов в оценке выразительности средств бытия культуры.

Реклама значима с точки зрения носителей выразительных средств. Ее содержание есть порождение массовой культуры, истоки которой преломляются в направленности элитарной культуры, самодостаточной по сути и непередаваемой на язык массовой аудитории. Элементы элитарного искусства и массовой культуры сосуществуют с необходимостью воплощения конкретных динамических форм и вербальных посланий в рамках рекламной коммуникации. Следует отметить, что «реклама не обладает культурной ценностью (не сохраняется в культуре), но обладает культурной значимостью (воспринимается в культурном контексте и может способствовать изменению культурных норм и социальных традиций)» [4, с. 188].

Рекламные технологии, использующие в визуальной плоскости динамический танцевальный язык, скрыто управляют сознанием аудитории, фактически ей манипулируя. Рекламное сообщение манипулятивно по сути. Отсюда сама манипулятивная коммуникация способна принимать любую из четырех возможных форм (рекламы, массовой коммуникации, делового общения, пропаганды). Учитывая наш предмет рассмотрения, танец как невербальный художественный текст есть эффективный способ как убеждения, так и управления сознанием адресата, открытого к эстетическому постижению явлений человеческого бытия.

Реклама как одна из форм манипулятивной коммуникации использует танцевальный рисунок с целью привлечения внимания потребителей, находящихся в поиске оптимальных художественных посланий, порождающих эстетику обновленного стиля жизни. Обычная реакция со стороны потребителя в этом случае – приобщение к здоровому образу жизни, обретение ее нового качества.

Психологи (Р. Харрис, Л. Бове) определяют убеждение как главную цель рекламы. «Реклама всегда не только включает убеждение, то есть формирование некоей установки в сознании потребителя, но и рассчитана на изменение поведения под влиянием этих убеждений. Если это реклама потребительских товаров, то ответное действие – покупка, если это политическая реклама, то ответное действие – приход в избирательный участок или голосование на выборах в пользу определенного кандидата. В социальной рекламе ответное действие – изменение социального поведения в отношении той или иной социальной проблемы (например, уплата налогов вместо неуплаты). Если учитывать ответное действие, то общее слово – скорее не убеждение, а управление» [3, с. 22]. Данный пример приведен как аргумент разного характера целей рекламных сообщений в пользу получения одного ожидаемого результата – управление сознанием целевой аудитории, меняющей свои поведенческие позиции, ценностные ориентиры.

Художественная ценность рекламных образов возрастает в случае включения в контекст коммуникации фрагментов танцевальных композиций. Танец с его богатой невербальной художественной палитрой способен удивить. Удивить эстетическими новациями в пластике телесных форм. Удивление – это эмоциональная реакция, спонтанно порождающая новое восприятие привычной реальности. Реальности, трансформированной в сознании человека посредством сопереживания, чувственного постижения жестовой «симфонии».

Бытие танца сотворимо в момент совершения хореографических па. Эстетика бытия танца преломляется через особенности восприятия публики. Красота танцевальных форм вызывает желание их воспроизведения в повседневной кинетике зрительской аудитории.

Ритм танца есть источник внутренней мыслительной динамики, явленной в телесных преображениях. Энергетика телесности предстает как отражение измененного состояния сознания субъекта, выступающего потребителем рекламного сообщения. Танцевальный текст в этом сообщении можно определить как скрытый художественный посыл, управляющий установками общественного сознания. Сознания, влияющего на характер коммуникаций в культуре. Культуре, сосуществование в которой танцевальных и рекламных посланий направлено на воспроизведение целостных образов с целью духовной и материальной переоценки устоев человеческой жизни. По существу, танец в рекламной коммуникации включен в процессе имиджирования, трансформации индивидуальной повседневной культуры. Цель танцевальных включений – определить художественные границы телесности в ее невербальном пространстве, индуцировать механизм переосмысления направленности жизненных приоритетов.

Танец способен доставить эстетическое удовольствие, порождая в сознании зрителя потребность в новой эмоциональной модели поведения, нацеленной на совершенствование алгоритма чувственной красоты. Красоты, спрятанной в кинетике человеческого тела. Тела, «повенчанного» с художественным движением, самоценным по своей природе. «Смысл танца, прежде всего, происходит из значимости человеческого тела и человеческой способности к поэтизированному движению... Танец не просто выразителен, он метафоричен: он использует человеческие движения, как поэзия слова, т.е. с воображением. Только в очень широком смысле танец, как и слово, является знаком. Танец можно понимать как знак жизни, всего нашего существования: нашего воплощения и восхождения» [5, с. 70-71].

Искусство танца визуально воспроизводимо посредством художественного мышления хореографов. Танец имманентно исключает некую законченную формулу движения. Разнообразие творческих почерков, экспрессивная танцевальная лексика исполнителей оживляет рекламное послание, создавая эмоциональную тональность его содержания.

В современной рекламной индустрии можно обнаружить достаточное количество подобных хореографических включений, способствующих эффективному восприятию публикой художественно оформленных рекламных построений. Один из примеров тому в российской рекламе – сюжет, мотивирующий адресата приобрести шоколад «Вдохновение». Образ классической телесной пластики, явленной Н.Цискаридзе, придает рекламному посланию эмоционально-чувственный характер. Такое великолепное исполнение известного российского танцовщика

не может не затронуть сознание публики, не породив в ней желание вновь испытать вкус шоколада, в частности. Но самое важное, на наш взгляд, признанный хореографический опыт развивает художественный вкус, приобщает зрителя к высокому искусству балета.

Танец как эстетически окрашенный невербальный художественный язык обогащает метафорическое содержание рекламных посланий, усиливает их иррациональный характер, что, в свою очередь, воздействует на направленность мысли, управляя сознанием публики. Публики, мотивированной эстетически перевоплощаться в кинетическом пространстве художественного бытия искусства.

Танец в рекламе есть способ художественной интерпретации событийной стороны жизни, передаваемой посредством движений. Движений, последовательность которых сотворима красотой пластических линий человеческого тела. Той красотой, которая придает эмоциональный колорит рекламному тексту, управляющему сознанием целевой аудитории и меняющему ее ценностные приоритеты в выборе жизненной стратегии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. - М.: Изд-во Эксмо, 2005.
2. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
3. Краснаярова Д.К. Реклама vs театр. Теория и практика взаимодействия. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.
4. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
5. Луговая Е.К. Философия танца. - СПб.: Изд-во СПб ун-та, 2008.

DANCE IN ADVERTISING AS THE WAY OF MANAGEMENT OF CONSCIOUSNESS

Pimenova Zh.V.

In article the parity of dance and advertising as two forms of communications is considered, the role of influence of a dancing image on consciousness of target audience is found out.

Key words: dance, advertising, communications, culture, management of consciousness.

Сведения об авторе

Пименова Жанна Викторовна, окончила МГУ им. М.В. Ломоносова (1990), кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой связей с общественностью МГТУ ГА, автор более 50 научных работ, область научных интересов – эстетика рекламной коммуникации, хореографическое творчество, реклама и связи с общественностью в сфере культуры и искусства.

УДК 658.3

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

В.И. ПОЗДЕЕВ

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Артамоновым Б.В.

В статье рассмотрено формирование системы профессионального обучения персонала как самого важного средства достижения стратегических целей предприятия.

Ключевые слова: стратегическая цель, развитие персонала, профессиональное обучение персонала, аттестация персонала, сертификация персонала, формирование резерва руководителей, методы обучения на рабочем месте, методы обучения вне рабочего места.

Развитие персонала является важнейшим условием успешного функционирования любого предприятия. Это особенно актуально в современных условиях, когда развитие научно-технического прогресса значительно убыстряет процесс устаревания профессиональных знаний, навыков и умений. Поэтому организация профессионального обучения персонала стала одной из основных функций управления персоналом предприятия такой сложной системы, как авиационная отрасль. Обучение персонала является важным средством достижения стратегических целей предприятия. Успех на пути реализации стратегических целей предприятия во многом зависит, в какой степени персонал осведомлен о содержании стратегических целей и насколько он подготовлен к работе по их достижению. Необходимость быстрых изменений структуры и принципов управления, повышение способности организации к выживанию в условиях конкурентной борьбы требует перехода к выработке долгосрочных стратегий развития предприятия. Реализация этих стратегий требует более высокого уровня профессиональной подготовки как руководителей, так и рядового персонала. Место развития персонала в общей системе кадрового обеспечения организации можно увидеть на схеме 1.

Работая на предприятии, сотрудник постоянно должен повышать уровень своего образования, осваивая теоретическую часть профессии и приобретая практические навыки. Посредством обучения развивается трудовой потенциал персонала.

Система профессионального развития персонала на предприятии направлена на приведение уровня квалификации работников в соответствие с требованиями производства, оптимальное удовлетворение личных интересов работников, связанных с самореализацией, повышение эффективности их труда, обеспечения на этой основе конкурентоспособности товаров (работ, услуг). Система включает в себя:

- профессиональное обучение персонала;
- аттестацию персонала, который согласно с классификацией профессий принадлежит к соответствующим профессионально-должностным категориям;
- сертификацию персонала;
- формирование резерва руководителей предприятий, учреждений и организаций.

Под профессиональным обучением понимается любая деятельность, которая проводится для развития и поддержки ключевых компетенций персонала, нужных для выполнения работы в настоящее время, или для развития потенциала персонала, необходимого для выполнения работы в будущем. Профессиональное обучение – процесс непосредственной передачи новых профессиональных навыков и (или) знаний сотрудникам организации.

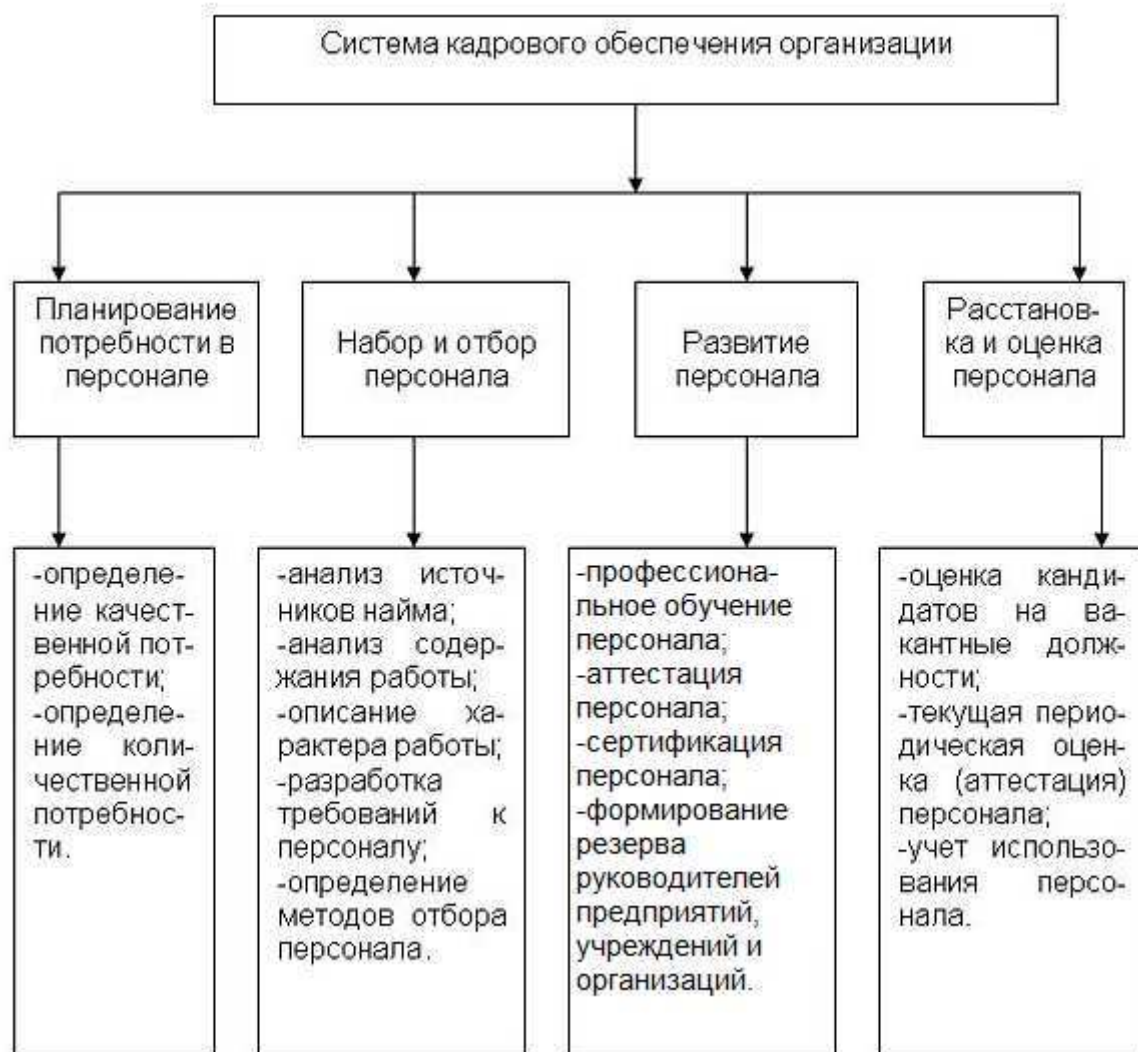


Схема 1. Система кадрового обеспечения организации

В современных организациях профессиональное обучение представляет собой комплексный непрерывный процесс. Вторым этапом профессионального развития является аттестация, которая осуществляется по приказу (распоряжению) руководителя, которым утверждается состав аттестационной комиссии, график ее проведения, что доводится до сведения работников не позже чем за два месяца до проведения аттестации. В зависимости от количества работников и специфики производства может образовываться несколько комиссий. Следующим этапом системы профессионального обучения персонала на предприятии является сертификация персонала, которая проводится с целью:

- создания благоприятных условий для успешной деятельности предприятия на внутреннем и внешнем рынке, а также для участия в международном экономическом и научно-техническом сотрудничестве и международной торговле за счет выпуска конкурентоспособной продукции или предоставления качественных услуг на основе высокой квалификации персонала;
- внедрения эффективной системы оценки персонала для обеспечения его профессионализма соответственно требованиям международных стандартов качества продукции.

Основной целью следующего этапа является формирование резерва руководителей на предприятии, для улучшения и совершенствования работы относительно их отбора, расстановки, повышения профессионального уровня, стимулирования управленческой инициативы и активности. Основными заданиями формирования резерва руководителей является:

- выявление среди работников лиц, которые имеют способности для занимания руководящих должностей;
- обучение лиц, зачисленных в резерв руководителей, для занимания руководящих должностей;
- обеспечение своевременного замещения вакантных должностей руководителей из числа компетентных и способных к управленческой работе работников.

Существует огромное количество методов развития профессиональных знаний и навыков. Все они могут быть разделены на две большие группы – обучение непосредственно на рабочем месте и обучение вне рабочего места. Основными методами обучения на рабочем месте являются: инструктаж, ротация, ученичество и наставничество.

1. Инструктаж представляет собой разъяснение и демонстрацию приемов работы непосредственно на рабочем месте и может проводиться как сотрудником, давно выполняющим данные функции, так и специально подготовленным инструктором. Инструктаж, как правило, ограничен во времени, ориентирован на освоение конкретных операций или процедур, входящих в круг профессиональных обязанностей обучающего. Инструктаж на рабочем месте является недорогим и эффективным средством развития простых технических навыков, поэтому он столь широко используется на всех уровнях современных организаций.

2. Ротация представляет собой метод самостоятельного обучения, при котором сотрудник временно перемещается на другую должность с целью приобретения новых навыков. Ротация широко применяется предприятиями, требующими от работников поливалентной квалификации, т.е. владения несколькими профессиями. Помимо чисто обучающего эффекта ротация оказывает положительное влияние на мотивацию сотрудника, помогает преодолевать стресс, вызываемый однообразными производственными функциями, расширяет социальные контакты на рабочем месте. Вместе с названными достоинствами ротация обладает одним серьезным недостатком, который необходимо учитывать при планировании профессионального обучения – высокими издержками, связанными с потерей производительности при перемещении работника с одной должности на другую.

3. Ученичество и наставничество (коачинг) являются традиционными методами профессионального обучения с древних времен, работая рядом с мастером, молодые рабочие изучали профессию. Этот метод широко распространен там, где практический опыт играет исключительную роль в подготовке специалистов, что повсеместно прослеживается в авиации. Однако современные ученики не обязательно проводят все свое время, наблюдая за тем, как работает наставник, и, оказывая ему помощь, они могут занимать ответственные должности и работать самостоятельно. Их ученичество заключается в наличии более опытного человека, постоянно следящего за их развитием, оказывающего помощь советами, подсказками и т.д. Данный метод требует особой подготовки и склада характера от наставника, которым практически невозможно стать по распоряжению сверху.

Обучение на рабочем месте отличается своей практической направленностью, непосредственной связью с производственными функциями сотрудника, предоставляет, как правило, значительные возможности для повторения и закрепления вновь изученного. В этом смысле данный вид обучения является оптимальным для выработки навыков, требуемых для выполнения текущих производственных задач. В то же время такое обучение часто бывает слишком специальным для развития потенциала сотрудника, формирования принципиально новых поведенческих и профессиональных компетенций, поскольку не дает ему возможности абстрагироваться от сегодняшней ситуации на рабочем месте и выйти за рамки традиционного поведения. Для достижения таких целей более эффективны программы обучения вне рабочего места.

Программы обучения вне рабочего места - это лекция, практическая ситуация, деловая игра или самообучение.

1. Лекция является традиционным и одним из самых древних методов профессионального обучения. В ходе обучения аудитория воспринимает учебный материал на слух. Лекция является непревзойденным средством изложения большого объема материала в короткий срок. Огра-

ниченность лекций как средства профессионального обучения в том, что слушатели являются пассивными участниками происходящего – лекция не предполагает практических действий со стороны обучающихся.

2. Практическая ситуация. Данный метод предполагает анализ и групповое обсуждение реальных ситуаций, которые могут быть представлены в виде описания, видеофильма и т.д. В основе обсуждения лежит дискуссия, в которой обучающиеся играют активную роль, а инструктор направляет и контролирует их работу. Использование данного метода позволяет участникам программы обучения познакомиться с опытом других организаций, а также развить навыки анализа принятия решений, разработки стратегии и тактики. Для использования данного метода от обучающихся требуется определенный уровень профессионализма и теоретических знаний, которые должны быть развиты на рабочем месте или с помощью других методов обучения.

3. Деловые игры представляют собой метод обучения наиболее близкий к реальной профессиональной деятельности обучающихся. Преимущество деловых игр заключается в том, что они дают возможность сократить операционный цикл и тем самым продемонстрировать участникам, к каким конечным результатам приведут их решения и действия. Деловые игры бывают как глобальными (управление компанией), так и локальными (проведение переговоров, подготовка бизнес-плана). Использование этого метода позволяет обучающимся исполнять различные профессиональные функции и за счет этого расширить свое представление об организации. Деловые игры полезны с точки зрения выработки практических, управленческих и поведенческих навыков. Они менее эффективны для усвоения теоретических знаний. Деловые игры дорогостоящи, поскольку для их подготовки требуются специальные навыки и довольно много времени. Эффективный разбор деловой игры требует участия специально подготовленных инструкторов.

4. Самостоятельное обучение является наиболее простым видом обучения – для него не требуется ни инструктор, ни специальное помещение, ни определенное время – обучающийся учится там и тогда, когда ему удобно. Основной чертой самостоятельного обучения является его индивидуальный характер. В то же время индивидуальный характер лишает самостоятельное обучение одного из важнейших условий эффективности – обратной связи, – обучающийся предоставлен самому себе. В настоящее время использование средств мультимедиа дает возможность поддержания постоянной обратной связи и корректировки процесса обучения, что значительно повышает его эффективность. Исследования американских ученых показали, что компьютеризированное обучение с использованием средств мультимедиа обеспечивает более высокую степень усвояемости материала и более высокий процент запоминания, чем традиционные методы.

Результат обучения должен быть стимулом для работника. Этого можно добиться в случае поощрения наиболее успешно закончивших курс сотрудников. Заработная плата и условия труда сотрудника, повысившего свою квалификацию, должны меняться в лучшую сторону. Это послужит хорошим примером для других служащих. Если они увидят реальные преимущества обучения, то будут стремиться повышать свой профессиональный уровень.

Выгоды, получаемые организацией в результате обучения персонала, выражаются в следующем:

1. Обучение работников позволяет организации более успешно решать проблемы, связанные с новыми направлениями деятельности, и поддерживать необходимый уровень конкурентоспособности (повышение качества и производительности (эффективности) труда персонала, сокращение издержек и снижение себестоимости, снижение травматизма и т.п.).

2. Повышение приверженности персонала своей организации, снижение текучести кадров.

3. Повышение способности персонала адаптироваться к изменяющимся социально-экономическим условиям и требованиям рынка. Таким образом, организация повышает ценность находящихся в ее распоряжении человеческих ресурсов.

4. Обучение позволяет поддерживать и распространять среди сотрудников основные ценности и приоритеты организационной культуры, пропагандировать новые подходы и нормы поведения, призванные поддерживать организационную стратегию.

Для работника польза от обучения состоит в более высокой удовлетворенности своей работой, росте самоуважения, квалификации, компетентности и расширении карьерных перспектив как внутри, так и вне организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Малуев П.А.** Управление персоналом / П.А. Малуев, Ю.Е. Мелихов. - М.: Изд-во «Альфа Пресс», 2005. - С. 120,121.
2. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. - М.: ИНФРА-М, 2000.
3. **Гибсон Дж.Л., Иванцевич Д.М., Доннелли Д.Х.-мл.** Организации: поведение, структура, процессы. - М., 2007.

ORGANIZATION OF PROFESSIONAL PERSONNEL TRAINING IN THE COMPANY

Pozdeev V.I.

In article discusses formation of system of professional training of the personnel, as most important mean is considered of achievement of strategic targets of the company.

Key words: a strategic target, employee development, personnel job training, personnel certification, forming of a reserve of heads, training methods on a work place, training methods out of a work place.

Сведения об авторе

Поздеев Виктор Игоревич, 1989 г.р., окончил МГТУ ГА (2010), аспирант кафедры менеджмента МГТУ ГА, автор 4 научных работ, область научных интересов – управление персоналом на предприятиях.

УДК 629.735.082.6:656.71

НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ АВИАТОПЛИВНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В АЭРОПОРТАХ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ РОССИИ

С.В. СТЕПАНЕНКО

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Фридляндом А.А.

Рассматривается система авиатопливного обеспечения в аэропортах ГА РФ и направления ее модернизации.

Ключевые слова: авиационное топливо, обеспечение, топливозаправочный комплекс, заправка воздушных судов, модернизация, система.

Система авиатопливного обеспечения аэропортов гражданской авиации (АТО) является неотъемлемой частью воздушного транспорта РФ и включает в себя: материальные объекты, субъекты системы АТО, а также правила и ограничения взаимодействий этих субъектов.

Материальные объекты системы АТО включают: нефтеперерабатывающие заводы (НПЗ), объекты инфраструктуры топливозаправочных комплексов (ТЗК) в аэропортах (резервуары, средства заправки, в том числе централизованные системы заправки – ЦЗС, оборудование контроля качества, оборудование для внутрискладской транспортировки авиатоплива), средства транспорта (топливовозы, железнодорожные цистерны, трубопроводы) и воздушные суда (ВС).

В число хозяйствующих субъектов системы АТО входят: нефтяные компании (НК), транспортные компании (в основном железнодорожные), фирмы-посредники, аэропорты¹, топливозаправочные компании в аэропортах, авиакомпании, Федеральное агентство по государственным резервам, органы госрегулирования.

Основные правила и ограничения взаимодействий субъектов системы АТО определены в федеральных авиационных правилах (ФАП), приказах и постановлениях органов госрегулирования и регламентируют как технические (контроль качества, правила транспортировки, хранения, подготовки и выдачи и т.д.), так и коммерческие вопросы авиатопливообеспечения (ценовое и антимонопольное регулирование, реализация через биржу, договора хранения).

Кроме этого существует фактически сложившаяся система взаимоотношений поставщиков авиатоплива, операторов, ТЗК и потребителей, которая затрагивает в основном коммерческие аспекты его реализации и поддается влиянию лишь опосредованно.

Структура системы АТО аэропортов гражданской авиации РФ представлена на рис. 1.

Основная функция системы АТО – обеспечение заправки ВС потребным количеством авиатоплива соответствующего качества в указанном аэропорту и в указанное время. Количество авиатоплива, время, место заправки ВС определяет потребитель, как правило, авиакомпания.

Исходя из функций системы АТО как одного из важнейших инфраструктурных технологических комплексов воздушного транспорта, можно сформулировать **основные требования** к ней:

- готовность к заправке ВС в указанное время;
- обеспечение качества авиатоплива, выдаваемого в ВС;
- обеспечение наличия потребного количества авиатоплива в аэропорту.

В современных условиях господства рыночной экономики на воздушном транспорте необходимо выделить еще одно требование к системе АТО:

- обеспечение ценовой доступности авиатоплива для потребителей.

¹ В число аэропортов, являющихся субъектами системы АТО, входят как аэропорты, так и объединенные авиаотряды, имеющие в своем составе службу ГСМ.

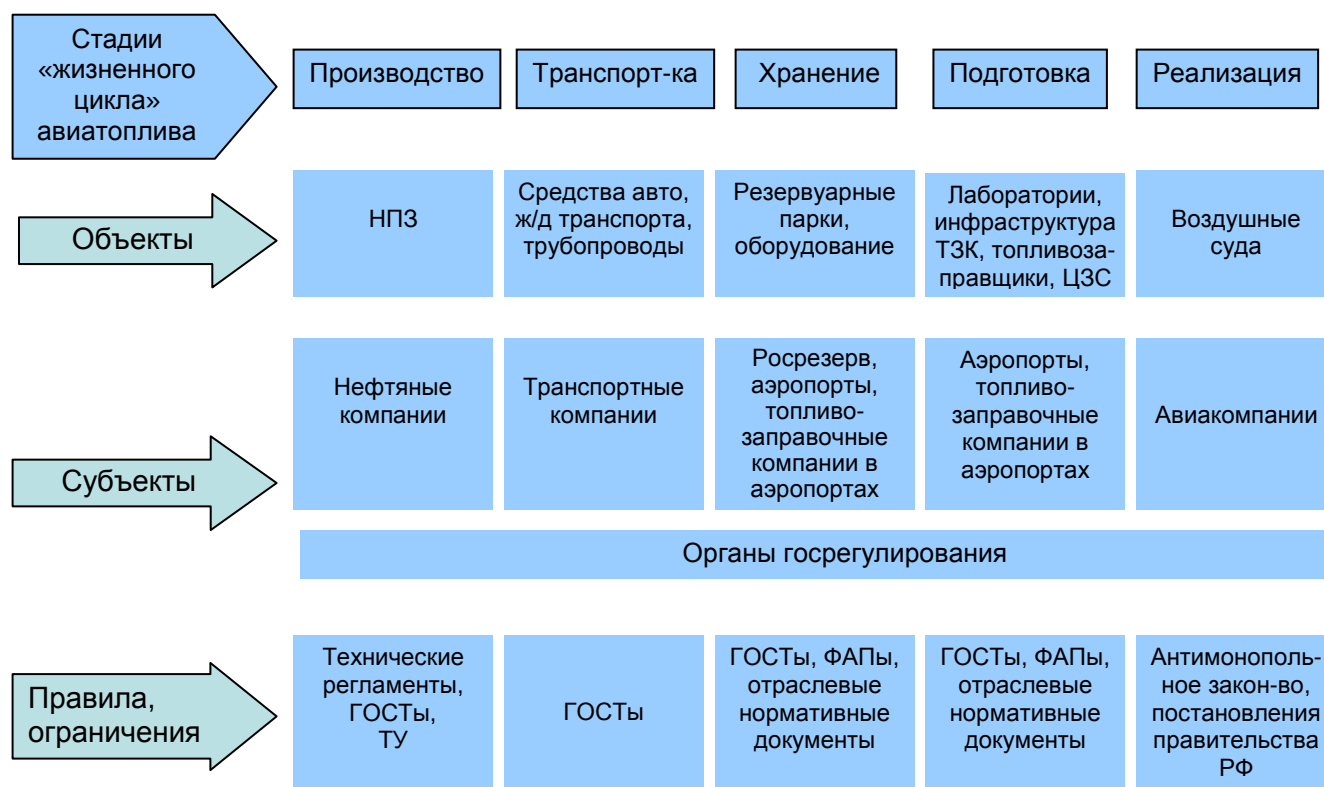


Рис. 1. Структура системы АТО аэропортов гражданской авиации РФ

Обеспечение готовности к заправке ВС (как и сама заправка) возлагается на ТЗК в аэропортах и гарантируется наличием спецтехники, персонала и технологий, определенных нормативными документами. Все это достаточно жестко контролируется соответствующими государственными организациями.

Для **обеспечения качества авиатоплива** после поставки его в аэропорт проводится определенная обработка и контроль, для чего практически в каждом ТЗК существует специализированная лаборатория по контролю качества авиатоплива, которая дает окончательное разрешение на его заправку в ВС. Обеспечение контроля качества авиатоплива регулируется и контролируется государством, поскольку напрямую связано с безопасностью полетов. Существует также иной, «европейский» подход, который заключается в отпуске топлива требуемого качества с нефтеперерабатывающего завода (НПЗ) и сохранении всех параметров при транспортировке, перекачках, хранении и выдаче в ВС. При этом основной контроль осуществляется на НПЗ, а непосредственно в аэропорту контролируются 1-2 параметра. Однако в нашей стране, когда авиатопливо приходится перевозить на значительные расстояния, зачастую с несколькими перевалками и при различных климатических условиях места отправления и места назначения, соблюсти при транспортировке все параметры качества не представляется возможным.

Что касается двух других требований: обеспечения наличия авиатоплива в аэропорту и ценовой доступности авиатоплива для потребителей – здесь все не так однозначно.

Выполнение требования **обеспечения наличия авиатоплива в аэропорту** отражено в нормативных документах только в части обязательств субъекта АТО уведомить уполномоченный орган о снижении запаса авиатоплива, обеспечивающего бесперебойную работу аэропорта не менее трех суток [5]. Определение абсолютного значения этого запаса не регламентировано, ответственность за его восстановление и поддержание не возложена на конкретного субъекта (группу субъектов) системы АТО, рычагов влияния уполномоченного органа на субъектов системы АТО не предусмотрено. Поскольку большинство субъектов являются коммерческими струк-

турами, считается, что рыночный механизм хозяйствования создает достаточную заинтересованность в выполнении этого требования. В таких условиях требования нормативных документов «повисают в воздухе», а государство в силу необходимости значительных материальных затрат не готово взять на себя поддержание неснижаемого запаса авиатоплива в аэропортах.

Обеспечение ценовой доступности авиатоплива для потребителей – наиболее сложная задача, стоящая перед системой АТО гражданских аэропортов РФ. Фактически ее выполнение возложено на государство, хотя формально это положение нигде не закреплено.

Принимая во внимание тот факт, что транспорт как составная часть экономики непроизводителен, то есть затраты на транспорт не создают новой стоимости, можно утверждать, что общество в лице государства безусловно заинтересовано в снижении транспортных издержек экономики. Авиатопливо занимает едва ли не наибольшую (30-40%) долю в себестоимости перевозки воздушным транспортом, поэтому снижение этой доли – одна из задач, традиционно стоящих перед системой АТО аэропортов ГА. В связи с этим, для лучшего управления этими «непроизводительными» затратами в системе АТО выделяют отдельно стоимость авиатоплива и отдельно затраты на хранение, подготовку авиатоплива в аэропортах и заправку ВС (так называемая «сервисная ставка»).

Воздушный транспорт – это отрасль, которая непрерывно развивается, в основном в техническом плане, а значит возрастает стоимость ВС, средств наземного обеспечения и, как следствие, повышающихся требований – средств АТО. Также непрерывно растут требования к персоналу. Необходимость соответствия топливозаправочных комплексов этим требованиям обуславливает необходимость инвестиций, а значит – повышение сервисной ставки. К сожалению повышение производительности труда, получаемое в результате инвестиций не компенсирует рост затрат на оборудование. На сегодняшний день сервисная ставка составляет 5-7% от заявленной стоимости авиатоплива в аэропорту.

Стоимость авиатоплива поддается управлению труднее всего, как из-за большого количества факторов, влияющих на нее, так и из-за противоречивых интересов субъектов системы АТО. Здесь и далее под стоимостью (ценой) авиатоплива подразумевается так называемая конечная цена или стоимость «в крыле», то есть та цена, которую платит авиакомпания – перевозчик за авиатопливо, заправленное в ВС.

К основным факторам, влияющим на стоимость авиатоплива, относятся:

- уровень налогообложения;
- цена нефти и текущие экспортные пошлины на нефть и нефтепродукты;
- сезонность потребления;
- конкурентная среда в аэропорту (наличие службы ГСМ или ТЗК, их количество и аффилированность с НК или сетями ТЗК, возможность заправки и хранения в ТЗК собственного авиатоплива потребителями);
- наличие свободного остатка топлива (запаса) у субъектов АТО в аэропорту;
- платежеспособность авиакомпании – потребителя.

Интересы субъектов АТО, за исключением авиакомпаний, направлены на получение наибольшей прибыли от реализации авиатоплива. Поэтому органы госрегулирования должны сдерживать рост стоимости авиатоплива и обеспечивать конкурентный уровень удельных транспортных издержек в цене конечной продукции преимущественно экономическими методами. К сожалению, для решения текущих задач зачастую используются механизмы, действие которых дает побочный и нежелательный эффект. Так, например, привязка экспортных пошлин на нефть и нефтепродукты для НК вынуждает их связывать движение цен на мировом рынке с ценами внутреннего рынка. В результате получаем колебания цен внутреннего рынка, которые выглядят необоснованными, поскольку факторы влияния на мировом и внутреннем рынках различны, что не способствует сдерживанию роста стоимости авиатоплива и вызывает вполне понятное раздражение потребителей.

Ключевыми элементами системы АТО являются субъекты АТО в аэропортах, поскольку два основных требования (обеспечение качества и готовность к заправке) возлагаются непосредственно на них, а остальные два – тесно связаны с их деятельностью.

Существующая система АТО сложилась путем постепенного неконтролируемого преобразования из системы, существовавшей в СССР. При этом приватизация объектов АТО, появление различных форм собственности субъектов АТО и изменение правил и ограничений в их деятельности имели спонтанный характер, порождали противоречия и зачастую сопровождались сбоями в работе не только отдельных аэропортов, но и всей системы (скачки цен, перебои в снабжении, поставки некачественного авиатоплива). Меры госрегулирования принимались, как правило, только по факту случившихся инцидентов. Поэтому можно с уверенностью утверждать, что на сегодняшний день система АТО не вполне соответствует предъявляемым к ней требованиям, имеет ряд недостатков и нуждается в модернизации.

Можно выделить следующие **основные недостатки системы АТО**.

1. *Отсутствие планов развития и совершенствования системы.* Существует утвержденная Правительством РФ «Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года», в которой определены цели и приоритеты развития транспорта на долгосрочную перспективу, в том числе воздушного транспорта. Существует федеральная целевая программа (ФЦП) "Развитие транспортной системы России (2010 - 2015 годы)" и ее подпрограмма «Гражданская авиация», в которой, в том числе, предусмотрено развитие объектов АТО, принадлежащих государству. Однако планов развития и совершенствования АТО как системы, независимо от принадлежности ее объектов и форм собственности ее субъектов, не существует. Любой аэропорт – это сложный механизм, в котором нет независимых частей (служб). Поэтому системное развитие одной из сторон аэропортовой деятельности, например, навигации, пассажирских перевозок или технического обслуживания ВС, не даст желаемого эффекта при отставании других служб. В ходе приватизации почти все объекты АТО перешли в частные руки и оказались вне сферы внимания государства как системообразующего субъекта системы АТО, но к настоящему времени в процессе перераспределения собственности большинство таких объектов оказались подконтрольны либо структурам ВИНК, либо крупным корпорациям, заинтересованным в аэропортовых активах. И те и другие ориентированы на развитие как активов, так и бизнеса в целом, обладают инвестиционным потенциалом и готовы к сотрудничеству с государством.

2. *Устаревшая инфраструктура и оборудование системы АТО*, а также технологическое отставание от уровня развития международной гражданской авиации (кроме аэропортов МАУ). Всех владельцев ТЗК можно разделить на две группы. К первой относятся вертикально интегрированные нефтяные компании (ВИНК) и крупные корпорации, заинтересованные в аэропортовых или топливозаправочных активах. Эти владельцы обладают несколькими ТЗК, располагают инвестиционным потенциалом, сознают важность развития основных средств и вкладывают деньги в инфраструктуру, оборудование, реже – в технологии. Как правило, это относится к крупным аэропортам федерального значения. Вторая группа – частные владельцы ТЗК в небольших аэропортах. Основной их проблемой является обеспечение топливом и сохранение собственной монополии в ТЗК (см. далее). Заинтересованность в осуществлении инвестиций очень слабая, как по причине отсутствия свободных средств, так и по причине неясных перспектив владения собственностью и развития предприятия. Оборудование заменяется при полном физическом износе либо по предписанию контролирующих органов. К сожалению таких ТЗК большинство.

3. *Монополизм производителей авиатоплива.* Территориальное расположение НПЗ – наследие плановой экономики социализма. Каждый НПЗ был рассчитан на определенный регион, который он должен был обеспечивать нефтепродуктами. Увы, но за прошедшие годы мало что изменилось. Новых заводов практически не построено, а существующие, как правило, принадлежат ВИНК, которые проводят собственную сбытовую политику, обладают сетью собственных и подконтрольных ТЗК, а сторонним потребителям отпускают топливо по высоким ценам

и по остаточному принципу. Авиатопливо, приобретаемое на НПЗ «чужого региона» дороже как минимум на разницу тарифов.

4. *Отсутствие конкурентной среды* в большинстве аэропортов ГА РФ. Монополизм ТЗК в части поставки, хранения и заправки авиатоплива позволяет им зарабатывать на перепродаже, удорожает стоимость топлива, и совершенно не гарантирует инвестиций в инфраструктуру. Строительство альтернативных ТЗК не везде экономически оправдано, и не всегда возможно из-за проблем с выделением земельных участков. Кроме того, несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей вопросы управления АТО в аэропорту, не позволяет проводить политику в интересах отрасли, а не отдельных ТЗК.

5. *Слабая финансовая дисциплина при оплате авиатоплива* потребителями. При выполнении регулярных пассажирских рейсов ТЗК зачастую вынуждены заправлять ВС авиакомпаний, имеющих дебиторскую задолженность (ДЗ) за топливо, чтобы не нарушать работу аэропорта. Несовершенство существующей нормативной базы позволяет недобросовестным авиакомпаниям накапливать значительную ДЗ и фактически кредитоваться за счет поставщиков или топливозаправочных компаний. Это создает постоянную напряженность в работе, препятствуют развитию системы АТО, и оказывают негативное воздействие на деятельность всего воздушного транспорта, потому что взыскание такой ДЗ связано с остановкой полетов авиакомпании, задержками рейсов и недовольством пассажиров. Действующее законодательство не учитывает эту специфику ВТ и предписывает традиционный путь – переговоры, арбитраж, банкротство и т.д. А тем временем ДЗ продолжает расти.

6. *Отсутствие экономического механизма сдерживания роста стоимости авиатоплива*. Государство озабочено сдерживанием роста цен на все нефтепродукты, но текущая задача заключается в изъятии у НК сверхприбылей, что должно способствовать снижению цен внутреннего рынка. В реальности возникает ситуация, описанная выше. Меры административного воздействия на субъекты рынка авиатоплива, существующие и используемые в настоящее время, представляются несовершенными и дают лишь временный эффект.

Исходя из перечисленных недостатков существующей системы АТО, можно сделать вывод о необходимости совершенствования организации и экономического механизма ее функционирования и предложить следующие **направления модернизации**:

1. Разработка отдельной программы развития системы АТО исходя из задач, поставленных в Транспортной стратегии РФ, с учетом Федеральной целевой программы «Развитие транспортной системы России» и с использованием механизмов государственно-частного партнерства.

2. Необходимо дифференцировать требования к системе АТО аэропорта в зависимости от принадлежности аэродрома к федеральному, региональному или местному уровню. Это позволит снизить издержки по заправке ВС (сервисную ставку) для небольших аэропортов.

3. Создание экономического механизма, стимулирующего инвестиционную деятельность ТЗК в средних и мелких аэропортах. Например, льготное налогообложение на региональном уровне, компенсация из регионального бюджета, ставки по привлекаемым кредитам (пусть даже частично), ускоренная амортизация и т.д. Для крупных аэропортов наоборот следует ужесточить требования к инфраструктуре и оборудованию ТЗК, поскольку их деятельность обеспечивает хорошую окупаемость инвестиций, а субъекты АТО в таких аэропортах располагают значительным инвестиционным потенциалом.

4. Разработка комплекса мер по снижению монополизма производителей авиатоплива и обеспечению преимущественного права приобретения для конечных его потребителей. Например, введение ограничений свободной реализации, обязательная доля биржевых продаж, стимулирование заключения прямых договоров производитель-потребитель, расчеты аккредитивами и т.д.

5. Совершенствование нормативно-правовой базы с целью закрепления за аэропортом, как главным оператором на бизнес-площадке, ответственности за состояние системы АТО и управление ею в интересах отрасли.

6. Совершенствование механизма создания и поддержки конкурентной среды в аэропортах в части поставки, хранения и заправки ВС, в том числе стимулирование строительства альтернативных ТЗК в аэропортах.

7. Совершенствование нормативно-правовой базы с возможностью ограничения деятельности авиакомпании, имеющей существенную ДЗ как за авиатопливо, так и за предоставление других аэропортовых услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аэропорт – Аэродром: справочник. - М.: Агентство А.Н.К.А., 2000.
2. Капустин В.М., Кукес С.Г., Бертолусини Р.Г. Нефтеперерабатывающая промышленность США и бывшего СССР. - М.: Химия, 1995.
3. О порядке обеспечения доступа к услугам субъектов естественных монополий в аэропортах: постановление Правительства РФ от 22.07.2009 г. № 599.
4. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 22.11.2008 г. № 1734-р 1.
5. Сертификационные требования к организациям авиатопливообеспечения воздушных перевозок / Федеральные авиационные правила: утв. приказом ФСБТ РФ от 18.04.2000 № 89 (с изменениями).

WAYS OF AIRCRAFT REFUELING SUPPLY SYSTEM MODERNISATION IN AIRPORTS OF RUSSIA CIVIL AVIATION

Stepanenko S.V.

Considering aircraft refueling supply system in airports of Russia Civil Aviation and its modernization ways.

Key words: aviation fuel, supply, refueling complex, aircraft refueling, modernization, system

Сведения об авторе

Степаненко Сергей Васильевич, 1962 г.р., окончил МИИГА (1984), соискатель ученой степени кандидата экономических наук, советник по экономическим вопросам ЗАО АВИА ГСМ-сервис, автор 3 научных работ, область научных интересов – экономика гражданской авиации, авиатопливообеспечение аэропортов, государственное управление, менеджмент.

УДК 004.853

МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ПОДБОРА СОТРУДНИКОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

С.В. ТАРХОВ, Н.С. МИНАСОВА, Ю.Р. ШАГИЕВА

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Фридляндом А.А.

В статье описан обобщенный процесс подбора сотрудников в системе управления персоналом и представлена его схема. Разработана и описана функциональная модель процесса и уровни её декомпозиции. Обоснована актуальность создания интеллектуальной СППР.

Ключевые слова: система управления персоналом, моделирование процесса подбора сотрудников.

В условиях современного развития общества наблюдается устойчивый рост требований к уровню подготовки специалистов. При приеме сотрудника на работу от решения работодателя зависит успешное функционирование организации и социально-психологический климат в коллективе. Помимо профессиональных качеств специалистов, являющихся соискателями на определенную должность в коллективе необходимо учитывать такие личностные качества, как исполнительность, ответственность, пунктуальность, умение работать в команде, дружелюбность и общительность. При этом набор критериев, являющихся наиболее значимыми при приеме сотрудника на работу, будет различным для специалистов разного профиля, что обусловлено требованиями к должности, на которую принимают сотрудника.

Процесс подбора персонала является актуальным вопросом и требует глубокого исследования для внедрения в него современных информационных технологий, которые, в свою очередь, предоставят информационную поддержку данного процесса.

В обобщенном виде процесс подбора персонала представлен на рис. 1, где схематично показаны этапы и участники данного процесса. Профессиональный подбор персонала начинается с определения целей и принятия решений о необходимости приема специалиста на вакантную должность. Далее идет описание функциональных обязанностей и разработка формализованных требований к специалисту, после чего отдел кадров организации, обработав поступившую информацию, объявляет вакансию и определяет методы поиска претендентов. Методами поиска могут являться кадровые агентства, а также самостоятельный поиск соискателей, через газеты, социальные сети и другие пути. После анализа полученных данных о соискателях и первичного собеседования из списка соискателей формируется список претендентов, которые проходят дальнейшие этапы отбора: анкетирование и тестирование, а затем заключительный этап собеседования. Информация, полученная в процессе анкетирования и тестирования соискателя, формирует экземпляр модели претендента, в дальнейшем экземпляр будет анализироваться по различным критериям, сформированным на основе требований к специалисту, принимаемому на работу. На последнем этапе лицо, принимающее решение (ЛПР), проанализировав все результаты и учитывая данные из СППР, формирует решение о приеме на работу сотрудника.

Модель подбора персонала разработана на основе использования методологии структурного анализа и моделирования SADT [1] и реализована в системе визуального моделирования AllFusion Process Modeler. Процесс подбора персонала является многоступенчатым, включающим в себя отдельные процессы, которые отражены на контекстных диаграммах модели. Контекстная диаграмма A0, отражающая основную целевую функцию системы, показана на рис. 2.

В ней на вход поступает следующая информация: соискатели, в качестве которых могут выступать люди, подавшие резюме в кадровое агентство, внешние соискатели, не находящиеся в активном поиске работы, а заинтересовавшиеся опубликованной вакансией, также параметр

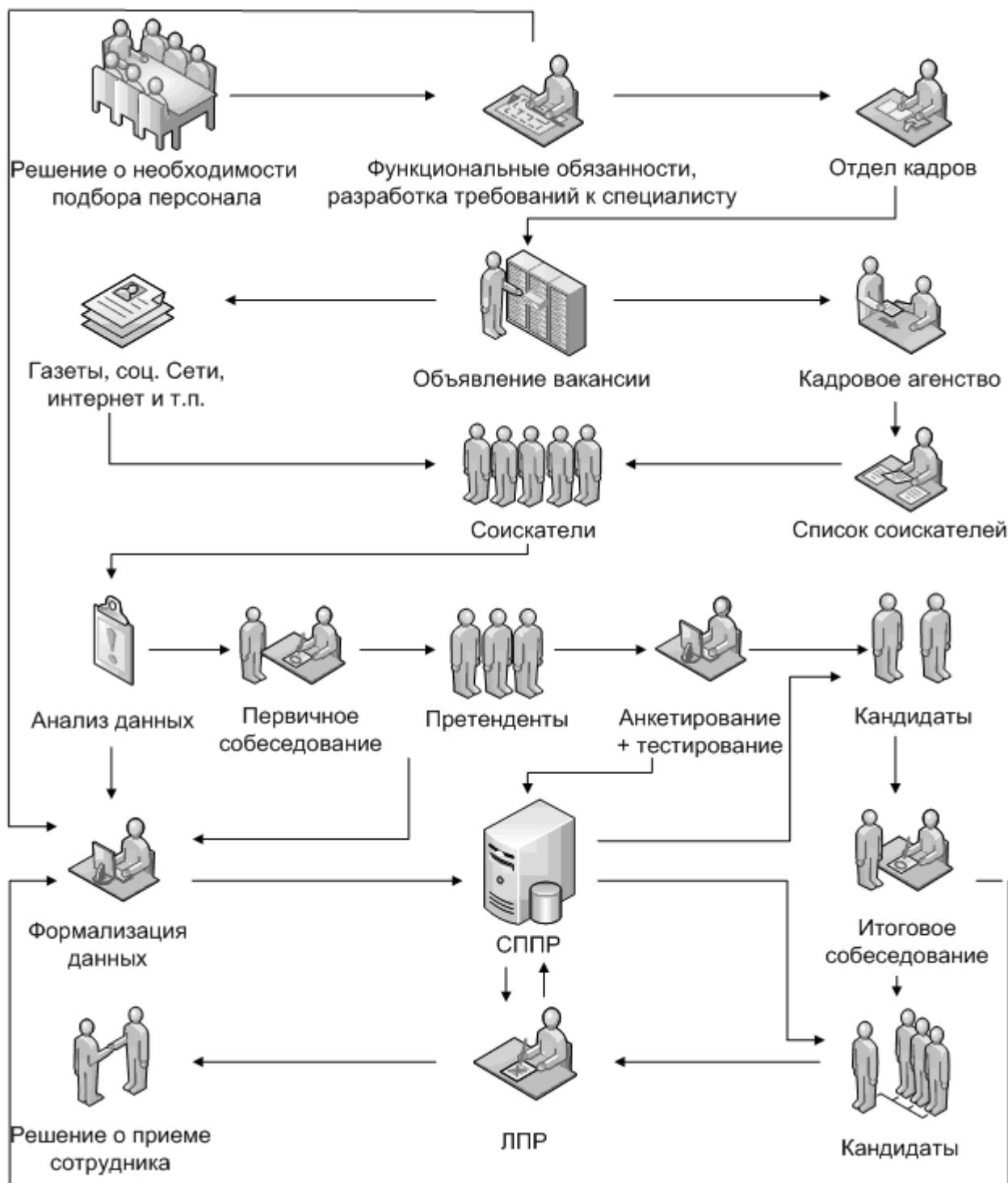


Рис. 1. Схема процесса подбора персонала

«вакантное место», представляющее собой сведения о ситуации в организации, при которой возникает необходимость в подборе персонала. На основе данной входной информации в системе подбора персонала осуществляется подбор сотрудников.

В качестве выходной информации организация получает принятого на работу сотрудника. Исполнителями процесса подбора персонала являются сотрудники организации (отдел кадров и лицо, принимающее решение о найме сотрудника на работу), кадровое агентство, осуществляющее подбор соискателей, а также система поддержки принятия решений как средство, позволяющее сформировать и формализовать требования, предъявляемые к специалистам, хра-

нить информацию о результатах обработки данных о подборе сотрудников. Процесс подбора персонала осуществляется в системе управления персоналом на основании следующих документов: положения о подборе и ротации персонала, разработанного самой организацией, Трудового Кодекса Российской Федерации, а также типовых должностных инструкций.



Рис. 2. Контекстная диаграмма уровня А0

На рис. 3 представлена декомпозиция контекстной диаграммы, представленная в виде четырех последовательных процессов, выполняемых кадровыми службами организации, при поддержке системой поддержки принятия решений, а также кадровым агентством. На данном уровне функциональной модели наиболее интересующим нас параметром являются требования к специалисту (модель), которые формируются в результате выполнения первого процесса «Разработка модели требований к специалисту». Данные требования в дальнейшем будут выступать в качестве управляющего воздействия для трех последующих процессов: подбор соискателей, собеседование, принятие решения о приеме сотрудника на работу.

Одним из процессов данного уровня декомпозиции функциональной модели является процесс «Принятие решения о приеме сотрудника на работу». Декомпозиция данного процесса представлена на рис. 4.

Процесс принятия решения о приеме сотрудника представляет собой последовательность нескольких этапов, из которых последующей декомпозиции подвергается третий подпроцесс — «Принятие итогового решения». Этот процесс обрабатывает информацию, сформированную на предыдущих этапах.

На рис. 5 представлена контекстная диаграмма процесса принятия итогового решения.

Декомпозиция процесса принятия итогового решения представляет собой последовательность из пяти этапов. В качестве входной информации используются экземпляры модели претендента, сформированные на основе тестирования и анкетирования кандидатов. Данная информация необходима для дальнейшей обработки с целью выявления кандидатов с наилучшими показателями по отдельным критериям. Выбор критериев осуществляется согласно сформированным требованиям к претендентам, т.к. для разных должностей важными могут являться разные критерии. Осуществляется сортировка списка кандидатов по критериям и формирование итогового списка со средневзвешенными оценками, набранными им по разным критериям. Использование информационных технологий при подборе персонала включает информационную поддержку анализа и обработки данных о кандидатах, хранение информации о соискателях и вакансиях. Построенные функциональные модели позволяют проследить все этапы, проводимые

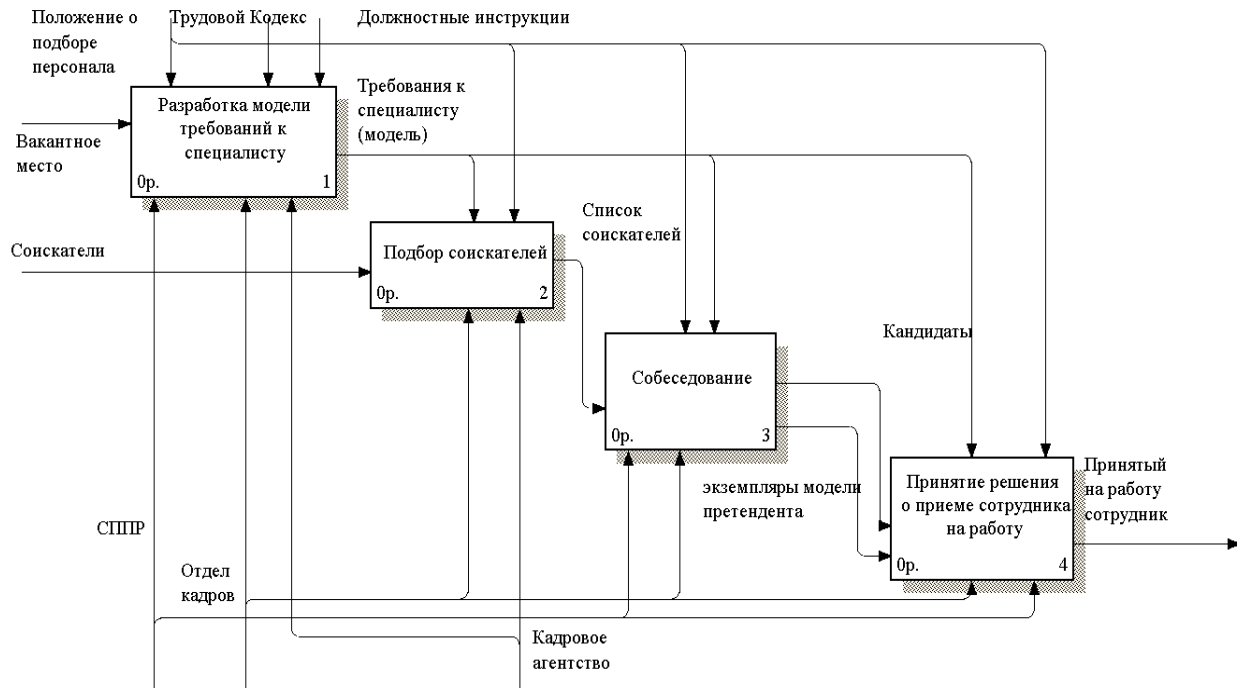


Рис. 3. Контекстная диаграмма процесса подбора персонала

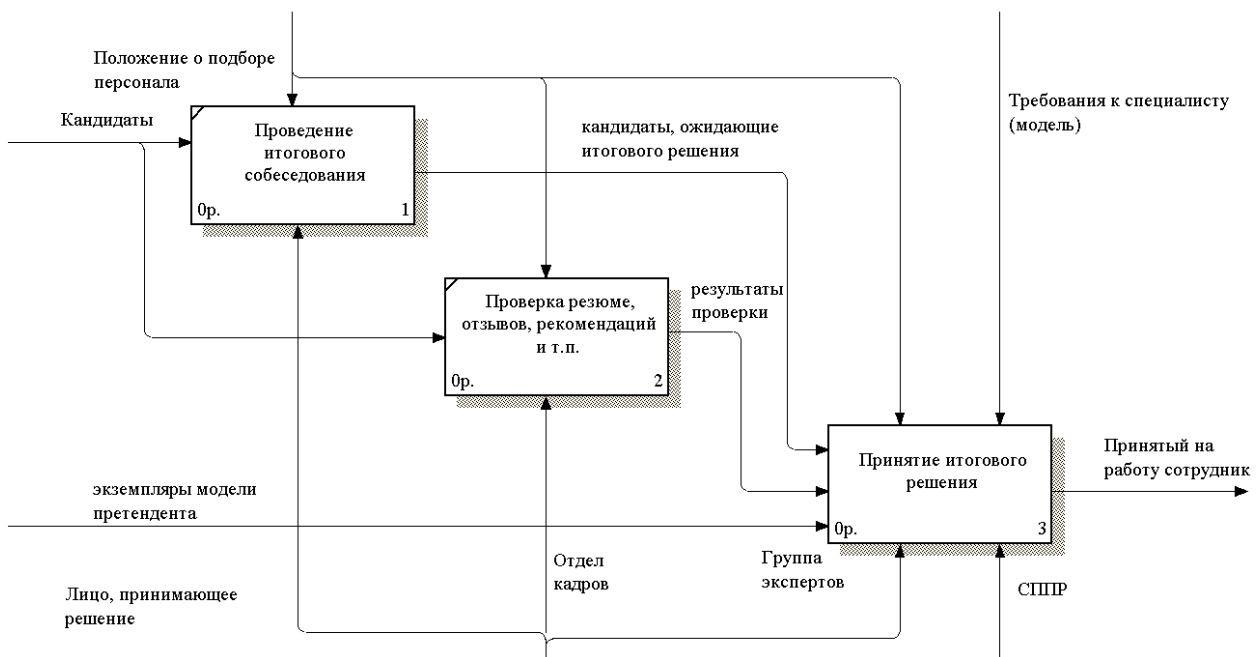


Рис. 4. Контекстная диаграмма процесса принятия решения о приеме сотрудника на работу

для принятия сотрудника на работу с момента принятия решения о подборе персонала и до принятия итогового решения. Анализ представленных в работе моделей необходим для оптимизации механизмов хранения, анализа и дальнейшей обработки информации с целью построения эффективных алгоритмов функционирования предложенной системы поддержки принятия решений.

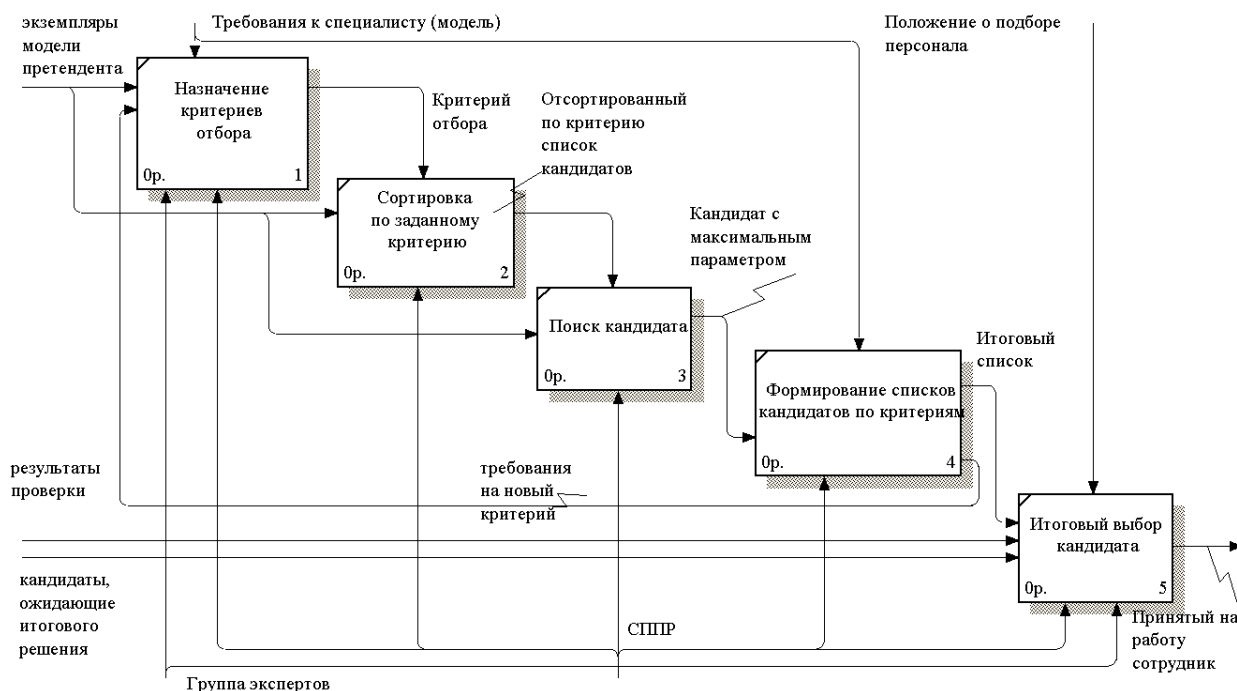


Рис. 5. Контекстная модель процесса принятия итогового решения

ЛИТЕРАТУРА

1. Спивак В.А. Организационное поведение и управление персоналом. - СПб.: Питер, 2000.
2. Марк Д., МакГоуэн К. Методология структурного анализа и проектирования / пер.с англ. - М.: МетаТехнология, 1993.
3. Тархов С.В., Шагиева Ю.Р. Метод оценки соответствия уровня подготовки специалиста требованиям рынка труда // Современные проблемы науки и образования (электронный научный журнал). - М.: Академия естествознания, 2012. - № 2. URL: <http://www.science-education.ru/102-5934> (дата обращения: 09.04.2012).

MODELLING OF BUSINESS PROCESS OF SELECTION OF EMPLOYEES IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM

Tarkhov S.V., Minasova N.S., Shagieva J.R.

This paper describes a generalized process of selection of employees in the personnel management system and presented his scheme. Developed and described a functional model of the process and the levels of decomposition. The urgency of creating intelligent decision support system.

Key words: personnel management system, process of selection of employees.

Сведения об авторах

Тархов Сергей Владимирович, 1957 г.р., окончил Уфимский авиационный университет (1980), доктор технических наук, профессор кафедры информатики УГАТУ, автор более 200 научных работ, область научных интересов – проектирование информационно-обучающих средств для образовательных систем.

Минасова Наталья Сергеевна, окончила Уфимский государственный авиационный технический университет (2003), кандидат технических наук, доцент кафедры информатики УГАТУ, автор 30 научных работ, область научных интересов – управление в образовательных системах.

Шагиева Юлия Раисовна, окончила Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы (2010), аспирантка кафедры информатики УГАТУ, автор 7 научных работ, область научных интересов – управление в образовательных системах.

УДК 332.146:629.73

РЕАЛЬНЫЕ ОПЦИОНЫ В ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ АВИАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСОВ

О.В. ТОЧИЛИН

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Фридляндом А.А.

В статье рассматривается один из актуальных вопросов инновационно-инвестиционного проектирования авиационных комплексов (АК) – применение методов и моделей оценки реальных опционов.

Ключевые слова: инновационно-инвестиционный проект, опцион, авиационный комплекс.

Современной России требуется решительное ускорение экономического роста и модернизация хозяйства, необходима активная инвестиционная деятельность для обеспечения инновационных проектов по созданию авиационных комплексов (АК). Этот процесс характеризуется наличием, как правило, множества альтернатив вложения ограниченных средств, а потому возникает проблема определить оптимальное направление их использования. Она сводится к выбору той альтернативы, которая может принести максимальную отдачу в виде наибольшего денежного потока в будущем и обещает высокую ожидаемую доходность.

Любой инвестиционный проект требует затрат на свое осуществление и предпринимается для получения определенных выгод. Как показывает международная практика, не всегда инвестиции компании мотивированы положительным прогнозируемым потоком денежных средств и высокой нормой доходности. Существуют методы инвестиционного проектирования, позволяющие количественно оценить те факторы, которые делают привлекательными проекты, не окупающиеся с точки зрения традиционных методов, и в настоящее время основным таким методом является метод реальных опционов. На Западе этот метод инвестиционного проектирования уже стал неотъемлемым инструментом анализа для многих практиков (например, PWC).

Применение методов и моделей оценки опционов по нашему мнению должно занять важное место в системном анализе инвестиционной деятельности авиационного предприятия. В основе опционов лежит понятие отложенной (будущей) поставки. Опцион как финансовый инструмент позволяет согласиться сегодня с ценой, по которой вы купите или продадите товар в будущем. Это совсем не похоже на обычные, повседневные сделки купли-продажи. Впервые возникнув в торговле сельскохозяйственной продукцией, опционные сделки распространились и на другие активы, от металлов и нефти до облигаций и акций. Суть опционов очень проста и обозначает финансовый инструмент, позволяющий установить сегодня цену, по которой активы могут быть куплены или проданы в будущем. Под опционами понимают особый вид биржевых сделок с ограниченными операциями риском. Опционы относятся к условным срочным сделкам, предоставляющим одному из контрагентов право исполнить или не исполнить заключенный контракт, которые обязательны для исполнения. В последнее время опционы постепенно завоевывают все большую популярность как более сложные и одновременно предоставляющие существенно большие возможности.

Актуальность статьи состоит в том, что во всем мире срочный рынок – рынок опционных контрактов – является важной составной частью финансового рынка. Рынок опционных контрактов снискал популярность среди большого круга инвесторов благодаря широким возможностям эффективно управлять капиталом при минимальных затратах.

Существуют различные виды опционов, например опцион "колл" (*call*), который дает право, но не обязательство, купить акции по особой цене, именуемой ценой исполнения или ценой сделки, в определенный день или также до него (американский опцион), или в строго определенный день

(европейский опцион). Соответственно опцион "пут" (*put*) дает право на продажу актива в определенный день (европейский опцион) или также до него (американский опцион) тоже по особой оговоренной цене. Возможна покупка одновременно и опциона "пут", и опциона "колл".

В зависимости от прогнозов рынка, выделим следующие виды опционных стратегий:

- стратегия «быка» - подразумевают повышение стоимости базового актива;
- стратегия «медведя» - предполагают понижение стоимости базового актива;
- нейтральные – ориентируются на колебание цены базового актива возле некоторой величины и отсутствие устойчивого ондатра (изменения цены).

Количество стратегий может исчисляться десятками. В общем виде использование опционов имеет такие плюсы, как ограничение риска покупателя опциона при теоретически неограниченной прибыли, высокая доходность сделок, возможность оперировать относительно небольшими денежными средствами. Имеющиеся же недостатки вполне возможно снизить при помощи формирования подходящей конкретному инвестору опционных стратегий, которые можно применять как для хеджирования, так и для спекуляций.

Существует несколько моделей оценки и методик расчета стоимости опционов, которые позволяют провести расчет стоимости опциона. Стоимость выбора можно определить с помощью теории оценки опционов и связанного с ней ситуационного подхода (*contingent claims analysis*). Однако часто такая процедура оценки становится чрезвычайно сложной, и возникает необходимость заменить ее качественными суждениями. Применение теории оценки опционов для принятия решений — серьезный шаг вперед в развитии теории оставления капитального бюджета фирм. Модель реальных опционов предоставляет менеджерам авиационного предприятия возможность планирования и управления стратегическими инвестициями и представляет синтез оценки рыночной стоимости и принятия инвестиционных решений в условиях неопределенности. Так, модель реальных опционов объединяет методику проектного анализа и формирования корпоративной стратегии.

Для оценки как реальных, так и обычных опционов применяются в основном две модели: биномиальная модель; модель Блека-Шоулза.

Эти модели важны в инвестиционном анализе. Биномиальная модель имеет важное значение при анализе инвестиционного проекта. С ее помощью можно рассчитать стоимость опциона, зная цену актива, и предположить как будет расти цена инструмента в зависимости от цены его актива. Основная привлекательность опционов для покупателя в том, что ему заранее известен максимально возможный убыток - это величина премии, уплаченной за опцион, тогда как потенциальная прибыль теоретически неограничена - при значительном росте цены базовых акций в период действия опциона покупатель рассчитывает на высокую прибыль [7].

Основная идея опционной методологии состоит в том, что во многих случаях при реализации инвестиционных проектов инвестор имеет некоторую свободу действий относительно времени начала инвестирования, а порой и относительно того, отказаться ли от проекта вообще в начале или в процессе его реализации. Таким образом, инвестор, имея право на принятие таких решений, вместе с проектом имеет как бы американский опцион и, следовательно, начиная финансирование, его реализует, неся соответствующие вмененные издержки, равные стоимости опциона. Понимание "опционного характера" инвестиционных проектов объясняет тот практически известный факт, что нередко инвесторы не отказываются от проектов с отрицательным *NPV*, так как ситуация может измениться к лучшему и можно будет использовать "заложенный" в проекте реальный опцион, получая в итоге положительный *NPV*.

При оценке эффективности инвестиционных проектов имеют место различные типы реальных опционов, наиболее важными из которых являются следующие:

- опцион на продолжение инвестиций, если осуществляемый инвестиционный проект успешен;
- опцион на отказ от проекта;
- опцион на анализ ситуации и выбор целесообразного момента времени для начала инвестирования.

Подобные реальные опционы позволяют превратить жесткий график реализации проектов в "план-инструкцию" и придать системе управления необходимую "гибкость", что повышает эффективность проекта и увеличивает стоимость фирмы. На примерах гипотетических проектов, *NPV* которых отрицателен, можно показать, что при определенных условиях фирме выгодно их реализовать, так как после этого фирма сможет успешнее, чем конкуренты, реализовать проекты аналогичные, а затем, может быть, и следующие, перекрыв в дальнейшем значительные потери непосредственного *NPV* от первого проекта за счет имеющегося в нем скрытого реального опциона на продолжение инвестиций. Не менее эффективным является часто не отказ, а отсрочка начала инвестирования, а в конечном итоге выбор оптимального момента времени для начала инвестирования — по существу, при этом реализуется американский опцион "колл".

В условиях риска и неопределенности принятие решений, связанных с реальными опционами, усложняется. Имеется ряд классических работ, посвященных опционному подходу в теории реального инвестирования, в которых для различных условий, опираясь на анализ соответствующих стохастических процессов, получены аналитические формулы, описывающие поведение инвестора, в том числе решена задача в условиях случайной процентной ставки при постоянных параметрах, учтен случайный характер цен продаж или стоимости проекта в целом. Можно прогнозировать, что использование реальных опционов станет стандартным инструментом при анализе бюджетной политики фирм в ближайшие десять-двадцать лет. Фирмы, игнорирующие их, будут постоянно упускать выгодные инвестиционные проекты [7].

Оценка инвестиционных проектов методом реальных опционов основана на предположении, что любая инвестиционная возможность для компании может быть рассмотрена как финансовый опцион, то есть компания имеет право, а не обязательство создать или приобрести активы в течение некоторого времени. Многие инвестиционные проекты содержат различные виды опционов. Однако не следует путать реальный опцион с выбором. Если у компании нет возможности осуществлять проект поэтапно или в случае неудачи выйти из проекта до его завершения, минимизировав потери, то в таком случае компания сталкивается с выбором (инвестировать сейчас или нет), не содержащим реальных опционов. Использование метода реальных опционов для принятия решений по инвестиционным проектам позволяет компаниям учесть возможность гибкого реагирования на изменяющиеся внешние условия.

На практике стратегические решения редко принимаются быстро. Идеология опционного управления предприятием предполагает ориентирование менеджеров на пошаговое осуществление дополнительных инвестиций с целью сохранения стратегических позиций компании на рынке. Комплексность в оценке инвестиционных проектов, в отличие от метода дисконтированных денежных потоков, который учитывает только поступление и расход денежных средств, метод реальных опционов позволяет учесть большее число факторов. К ним относятся период, в течение которого сохраняется инвестиционная возможность, неопределенность будущих поступлений, текущая стоимость будущего поступления и расходования денежных средств и стоимость, теряемая во время срока действия инвестиционной возможности. Применение метода реальных опционов к оценке инвестиционных проектов по созданию новых АК целесообразно при следующих условиях:

- результат проекта подвержен высокой степени неопределенности;
- менеджмент компании способен принимать гибкие управленческие решения при появлении новых данных по проекту;
- финансовый результат проекта во многом зависит от принимаемых менеджерами решений. При оценке проекта по методу дисконтированных денежных потоков значение *NPV* отрицательно или чуть больше нуля;
- нецелесообразно использовать метод реальных опционов в отношении проектов с высоким чистым дисконтированным доходом и высокой степенью достоверности. Но реально такими характеристиками обладают немногие долгосрочные инвестиционные проекты;

- метод реальных опционов наиболее востребован в наукоемких, высокотехнологичных, ресурсодобывающих отраслях, в том числе в авиационной промышленности, т.е. в отраслях с высокими расходами на маркетинг и продвижение новых изделий.

В зависимости от того, при каких условиях опцион приобретает ценность для компании, выделяют следующие основные виды реальных опционов:

- Опцион на выбор времени принятия решения об осуществлении капитальных инвестиций.

Например, предприятие располагает оборудованием по выпуску нового АК, но в настоящий момент его производство нерентабельно. Однако в будущем ожидается всплеск спроса на эту продукцию. Принимая решение законсервировать оборудование, чтобы иметь возможность запустить производство спустя некоторое время, инвестор приобретает реальный опцион. У него появляется право, но не обязанность выбрать время для дополнительных инвестиций и расконсервации оборудования, чтобы наладить выпуск нового АК.

- Опцион роста – дополнительные возможности, которые могут появиться после того, как сделаны первоначальные инвестиции. Авиационная компания рассматривает возможность создания дополнительного подразделения по разработке новых АК. В текущем периоде это не принесет компании ничего, кроме расходов. Инвестируя денежные средства на проведение научно-исследовательских работ, компания приобретает опцион роста. Вполне вероятно, что в дальнейшем это предприятие создаст новые виды эффективных изделий и увеличит прибыль компании (сохранит прибыль, если конкуренты также разработают АК нового поколения).

- Опцион изменения масштаба – увеличение или сокращение масштабов производства в течение жизненного цикла авиационного проекта. Такой опцион может иметь ценность в отраслях, подверженных циклическому развитию, при котором спад производства чередуется с его резким ростом. Примером могут служить некоторые и авиационные заводы, которым есть смысл замораживать невостребованные мощности в не совсем удачный год.

- Опцион на отказ от реализации проекта - отказ от нерентабельных проектов. Если у предприятия есть возможность реализовать проект с дорогостоящим оборудованием, то при повышенном спросе на выпускаемую АТ проект будет высокорентабельным, при низком спросе - убыточным. Тогда эффективнее лизинг оборудования с возможностью разорвать контракт, выплачивать неустойку, которая и есть цена опциона на отказ от реализации проекта.

Метод реальных опционов для оценки инвестиционных проектов получает все большее распространение. Использование в управлении компанией такого инструмента позволяет менеджменту уделять меньше внимания «идеальным» прогнозам и сосредоточиться на определении альтернативных путей развития компании. При использовании традиционного метода дисконтированных денежных потоков менеджменту в ходе реализации проекта трудно отказаться от запланированных действий и увидеть новые перспективные возможности.

Принимая во внимание, что сфера применения этой методики практически неограничена и везде, где есть неопределенность, можно найти реальные опционы, уже через три-четыре года количество компаний, взявших на вооружение этот метод, значительно возрастет. Причины популярности рынка опционов - широкие возможности срочного рынка для инвесторов, преследующих различные цели на финансовом рынке. Сравнение опционных контрактов с другими производными фондовыми ценностями показывает, что опцион является привлекательным инструментом биржевой торговли: потери при неудачной операции с опционом неизмеримо ниже, чем потенциальная прибыль. Выигрыш или проигрыш во многом определяется типом опциона. Если выписывается опцион на покупку, то потери его держателя ограничены суммой уплаченной премии, а выигрыш может быть значителен. Для держателя опциона на продажу при росте биржевых курсов реализация опциона не будет иметь смысла, потери будут также ограничены лишь суммой покупки опциона.

На сегодняшний день опционы получают в России должное распространение вследствие развития рыночной среды и благодаря эффективности сделок с опционами и хеджировании

рисков. Актуальной стала на данный момент проблема выбора и применения на практике методов оценки опциона в авиастроительном производстве. Но метод реальных опционов становится более популярным в бизнесе и его наиболее часто оценивают специалисты как наиболее перспективный метод и в создании АК нового поколения.

Если у инновационно - инвестиционного проекта по созданию АК есть черты опциона, то это нужно иметь в виду, решая приемлем ли проект. Если проект одобрен, важно будет правильно принимать оперативные решения, чтобы предоставленные возможности были использованы в нужный момент. Например, использовать возможности, как только это становится прибыльным или выгодным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Салин В.Н. Техника финансово-экономических расчетов: уч. пособие - 2-е изд. - М.: Эконом, 2007.
2. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник. - 5-е изд., перераб и доп. - М.: Перспектива, 2009.
3. Управление инвестиционной активностью / под ред. проф. Ю.П. Анискина. - М.: Омега-Л, 2007.
4. Ценные бумаги: учебник / под ред. В.И. Колесникова, В.С. Торкановского. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2009.
5. Черкасов В.Е. Международные инвестиции: учеб.- практ. пособие. - М.: Дело, 2008.
6. Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж. Инвестиции / пер. с англ. - М.: ИНФРА-М, 2007.
7. Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов / Теория и практика: учеб.- практ. пособие. - М.: Дело, 2010.
8. Точилин О.В. Монография. Инновационно-инвестиционное проектирование и оценка эффективности инвестиционных проектов в авиастроительном производстве. - М.: Изд-во МАИ, 2007.

HANDLING OF THE REAL OPTIONS IN INNOVATIVE-INVESTMENT DESIGNING OF AVIATION COMPLEXES

Tochilin O.V.

In that article, are considered actual questions of innovative-investment designing of aviation complexes – handling of real option.

Key words: the is innovative-investment project, uncertainty and real option, an air complex.

Сведения об авторе

Точилин Олег Валерьевич, 1964 г.р., окончил Киевское высшее военное авиационное инженерное училище (1987), экономический факультет МАДИ (1998), кандидат экономических наук, автор 30 научных работ, область научных интересов - экономика и менеджмент организации, инновационно-инвестиционное проектирование.

УДК 656.7.072

СТРУКТУРА РЫНКА РЕГИОНАЛЬНЫХ И МЕСТНЫХ ВОЗДУШНЫХ ПЕРЕВОЗОК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.А. ФРИДЛЯНД, О.Д. МОРДАСОВ

Рассматриваются рынок региональных и местных воздушных перевозок Российской Федерации и используемые на нем воздушные суда.

Ключевые слова: региональные перевозки, местные перевозки, рынок, воздушные суда.

Представляемый анализ проведен на основе данных статистической отчетности российских коммерческих авиакомпаний об использовании воздушных судов (ВС) гражданской авиации, формируемой авиакомпаниями в соответствии с формами государственного статистического наблюдения № 32-ГА «Сведения о парке воздушных судов» и № 33-ГА «Сведения о работе воздушных судов» [1], а также данных собственных исследований авиатранспортного рынка.

При анализе рыночной деятельности участников рынка из рассмотрения (статистики) были исключены эксплуатанты, потерявшие в 2011 г. действующий сертификат (свидетельство) эксплуатанта, и/или занимающие незначительный удельный вес на авиатранспортном рынке (менее 0,3% по налету часов в рамках рынка региональных и местных перевозок), а также профиль деятельности которых незначительно связан с транспортными перевозками (т.е. выполняющие, в основном, авиаработы для отраслей экономики либо работают в сфере деловой (бизнес-) авиации и используют соответственно специфический по типуажу и компоновке парк ВС).

В зависимости от интенсивности пассажирского спроса по экономическим соображениям меняется и вместительность ВС, используемых на соответствующих воздушных линиях (ВЛ).

ВС для анализа были сгруппированы в пять групп по их пассажировместимости:

- малоразмерные ВС малой авиации (пассажировместимостью 4 – 14 мест);
- ВС малой авиации пассажировместимостью 15 – 20 мест;
- региональные ВС малой пассажировместимости (21 – 40 мест);
- региональные ВС пассажировместимостью 41 – 50 мест;
- крупные региональные ВС пассажировместимостью 51 – 80 мест (в группе много ВС с турбореактивными двигателями, они по скорости выигрывают у турбовинтовых конкурентов,

но уступают по экономике и требованиям к качеству ВПП), при аналитических расчетах мы исходили из того, что около половины ВС указанной группы задействованы не на региональных, а на ближнемагистральных ВЛ с пассажиропотоками низкой интенсивности.

Ниже приводится информация о ВС, работающих на местных и региональных ВЛ (табл. 1, рис. 1); о налете часов (табл. 2) и перевозках пассажиров на данных ВС (табл. 3), а также информация о провозных мощностях парка региональных ВС (табл. 4, рис. 2 – 5).

Из анализа статистики видно, что на начало 2011 г. наибольшее количество самолетов из рассматриваемых классов приходилось, с учетом их использования также на авиаработах в отраслях экономики, на группу малоразмерных ВС малой авиации (4-14 посадочных мест) – 362 единицы. Тогда как среди ВС, применяемых только на транспортных полетах, наиболее многочисленна группа региональных самолетов пассажировместимостью 41-50 мест - 216 единиц.

Процент ВС современных типов в парке региональных самолетов низкий - 10,45%. Самая высокая доля современных ВС - в группе 41-50-местных региональных самолетов (21,6%). К современным ВС российских авиакомпаний относятся Ан-148, ATR-72/42, ДЭШ-8-100/200/300, Ан-140, CRJ-100/200, SAAB-2000, SAAB 340В, Ан-38, EMB 120ER, C-208В, PC-12, Ан-3.

Таблица 1

Информация о ВС, используемых авиакомпаниями РФ
для местных и региональных перевозок (2010 г.)

Классы ВС (пассажи- ровмести- мость)	Описание групп ВС	Сред- нее кол-во мест	Кол-во ВС (нача- ло 2011 г.), ед.	Кол-во/процент современных ВС (по численности парка, %)	Кол-во ВС для трансп. (регион. и местн.) по- летов, ед.
4-14	Малоразмерные ВС малой авиации (пас- сажировместимость менее 15 пасс.)	12	362	18/5,0 %	115
				РС-12, Ан-3	
15-20	ВС малой авиации пассажировместимо- стью 15 – 20 мест	19	41	0,0 %	34
21-40	Региональные ВС ма- лой пассажировмести- мостью (21 – 40 мест)	32	121	16/13,2 %	115
				Ан-38, SAAB-340В, ДЭШ-8-100/200, EMB-120ER	
41-50	Региональные ВС пас- сажировместимостью 40 – 50 мест	48	222	48/21,6 %	216
				SAAB-2000, ATR-42- 320, CRJ-100, CRJ- 200, Ан-140	
51-80	Крупные региональ- ные ВС пассажиро- вместимостью 51 – 80 мест	70	132	6/7,2%	66
				ДЭШ-8-300, ATR-72, Ан-148-100	
Всего		-	878	88/10,45 %	546

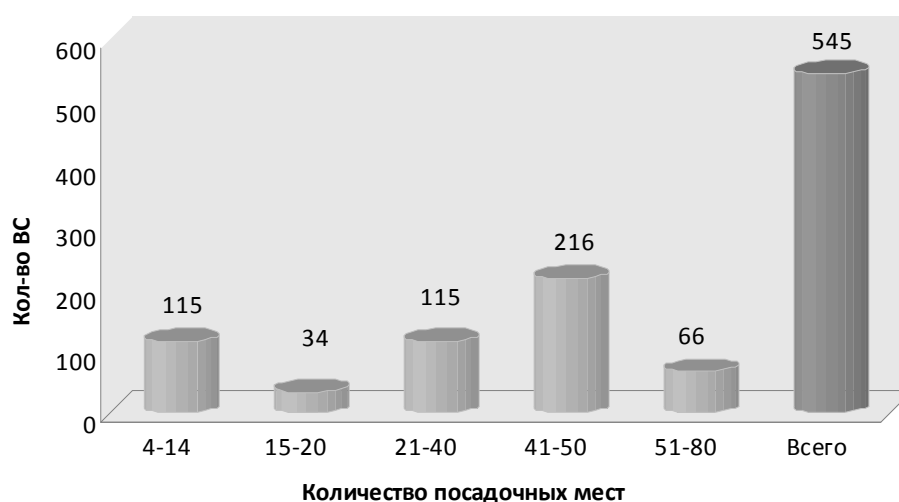


Рис. 1. Предоставляемое количество ВС

Таблица 2

Информация о налете часов по группам ВС (2010 г.)

Классы ВС (пассажироместность)	Общий налет, ч	Средний месячный налет на ВС (по группе ВС), ч	Макс. средне-месячный налет по типам ВС, ч	Доля современных ВС (по налету часов, %)	Общий транспортный налет, ч	Процент транспортного налета, ч
4-14	46 777	10	32 (PC-12)	11,4 %	14 840	31,7 %
15-20	8 773	18	18 (Л-410)	0,0 %	7 196	82,0 %
21-40	35 514	24	86 (SAAB340B, EMB 120ER)	28,7 %	33 665	94,8 %
41-50	185 247	71	198 (ATR-42)	35,5 %	179 850	97,1 %
51-80	85 726	53	152 (ATR-72)	14,6 %	85 726	100,0 %
Всего	362 037	-	-	-	321 277	-

Таблица 3

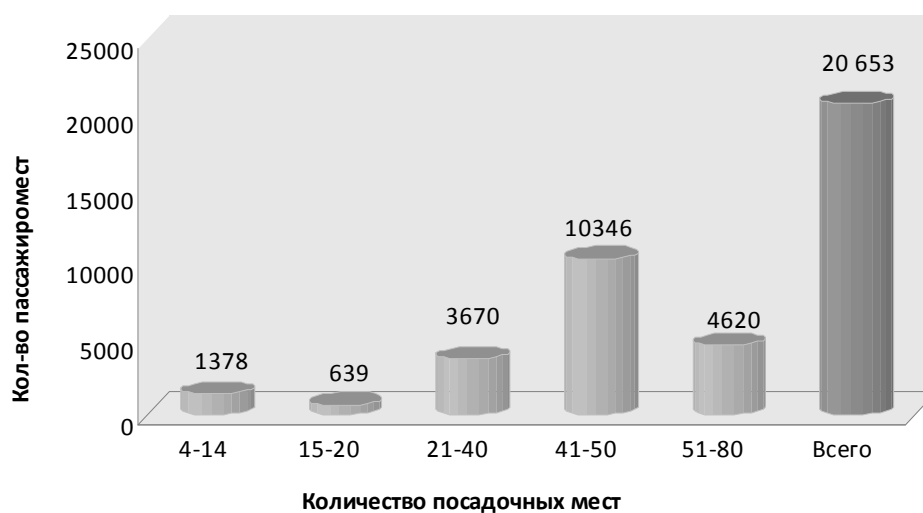
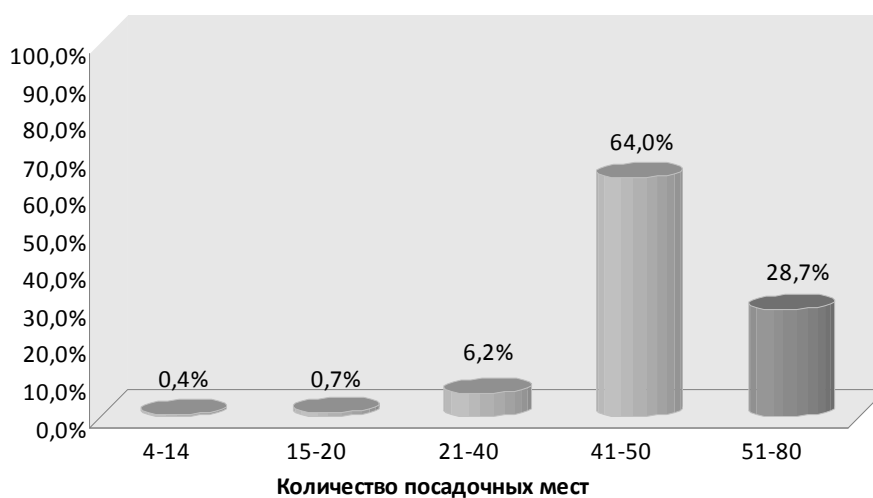
Информация о перевозках пассажиров по группам ВС (2010 г.)

Классы ВС (пассажироместность)	Пассажирооборот, тыс. пкм	Перевезено пассажиров, чел.	Средняя дальность полета, км	Среднее время рейса, ч	Средняя рейсовая скорость, км/ч
4 – 14	14 431	71 742	201	1,16	174
15 – 20	21 837	42 995	508	1,55	327
21 – 40	192 558	319 825	602	1,61	374
41 – 50	2 122 601	2 193 589	968	2,07	467
51 – 80	1 152 488	834 065	1 382	2,19	631
Всего	3 503 915	3 462 216	-	-	-

Таблица 4

Информация о провозных мощностях парка региональных ВС РФ по состоянию на начало 2011 г. (коммерческая авиация)

Классы ВС (пассажироместность)	Всего кресел	Всего кресел для трансп. полетов	Доля класса в общем количестве кресел АК	Провозная способность, тыс. кресло-км/г	Доля класса в общей провозной способности парка АК	Доля класса в общем кол-ве ВС для трансп. полетов	Общее предлагаемое кол-во полетов, пасс.
4 – 14	4 344	1 378	6,7%	28 842	0,45%	21,1%	143 386
15 – 20	779	639	3,1%	44 970	0,70%	6,2%	88 540
21 – 40	3 872	3 670	17,8%	398 289	6,17%	21,1%	661 529
41 – 50	10 656	10 346	50,1%	4 128 088	63,97%	39,6%	4 266 147
51 – 80	9 240	4 620	22,4%	1 852 820	28,7%	12,1%	1 340 900
Всего	28 891	20 653	-	6 453 010	-	-	-

**Рис. 2.** Предоставляемая провозная способность**Рис. 3.** Предоставляемое количество мест**Рис. 4.** Структура предлагаемой региональной и местной авиацией РФ провозной способности (по кресло-км в год, в %) на транспортных перевозках, 2010 г.

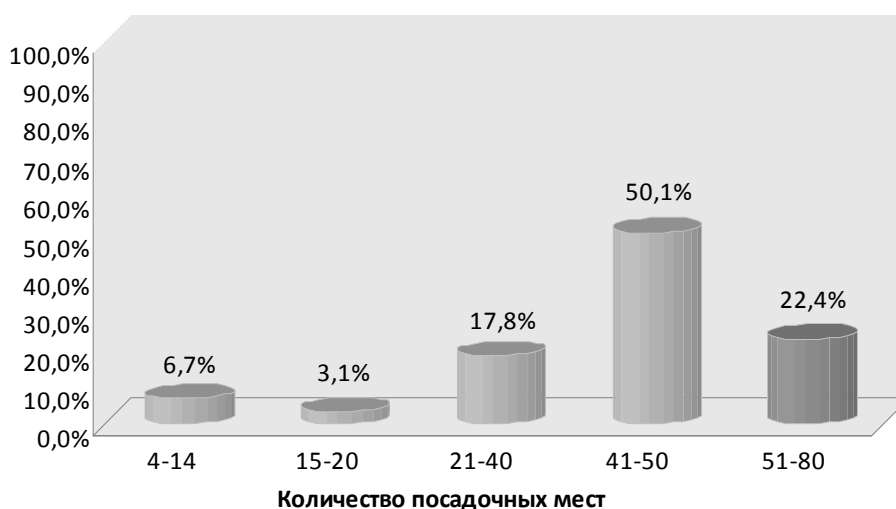


Рис. 5. Структура предлагаемой региональной и местной авиацией вместимости парка (по креслам или количеству пассажиро-мест, в %), 2010 г.

Группа региональных самолетов вместимостью 41 – 50 мест значительно опережает по использованию (налету часов) остальные группы самолетов (более 50% общего налета часов).

Наибольший среднемесячный налет на среднесписочное ВС, характеризующий интенсивность использования авиатехники, приходится на современные зарубежные и российские самолеты - ATR-42/72, CRJ-100/200, Ан-148, Ан-140, SAAB-2000, SAAB-340B, EMB 120ER, ДЭШ-8-300. Интенсивность эксплуатации (налет на среднесписочный ВС) у современных типов самолетов, как правило, значительно более высокий по сравнению с устаревшими ВС предыдущих поколений (у современных самолетов выше, по различным группам ВС, в 2 – 3,5 раза).

По перевозкам пассажиров и предлагаемой провозной способности наиболее востребованными на региональных ВЛ являются самолеты пассажироместимостью 41 – 50 кресел (64% от общей провозной способности и 50,1% от вместимости парка региональных ВС) и 51 – 80 мест (28,7% от общей провозной способности и 22,4% от вместимости парка региональных ВС).

Парк региональных ВС российских авиакомпаний является одним из самых «старых» в мире. Для сравнения - средний возраст парка пассажирских ВС в Евросоюзе составляет 15 лет. Средний возраст регионального пассажирского парка российских ВС составляет 31 год. Региональные самолеты практически исчерпали свой ресурс. Уже до 2015 г. провозная емкость имеющегося сегодня регионального пассажирского парка сократится более чем на 75%.

В начале 2011 г. в действующем российском коммерческом парке насчитывалось 546 самолетов для региональных и местных ВЛ. Основу парка все еще составляют ВС производства СССР, но начинает возрастать доля иностранных самолетов, которая уже превысила 16%. Иностранные самолеты более эффективны по потреблению топлива, чем устаревшие отечественные самолеты. Только Ан-140 и Ан-148 соответствуют топливной эффективности конкурентов.

По оценкам ГосНИИГА, до 2020 г. российские авиакомпании (в основном, по лизингу) купят 1000 - 1300 самолетов. Большая часть поставок придется на магистральные ВС (700 – 900 ВС), поставки региональных самолетов прогнозируются на уровне 320 – 380 машин.

Ожидается, что использование региональных самолетов будет расти в связи с развитием сети субсидируемых социально значимых внутренних межрегиональных и местных перевозок, а также ввиду федерального субсидирования приобретения региональной авиатехники. Прогнозируется также рост годовых налетов ВС.

Далее приведены рассчитанные на основе умеренно консервативной инерционной модели роста прогнозные потребности в приобретении ВС для региональных и местных перевозок до 2020 г. В связи с большим процентом находящихся в эксплуатации на рынке региональных

и местных перевозок устаревших типов ВС и необходимостью их замены (с учетом низкой интенсивности эксплуатации и роста затрат на поддержание эксплуатационной годности) оценена потребность в приобретении самолетов современных типов (для замены устаревшего парка), которая к 2020 г. будет составлять от 214 до 353 единиц (табл. 5).

Таблица 5

Прогнозная потребность в приобретении ВС
для региональных и местных перевозок (по всем типам ВС) до 2020 г.

Классы ВС (пассажиропровместимость)	Количество ВС (варианты прогнозов)		
	пессимистический	умеренно оптимистический	оптимистический
4-14	41	53	68
15-20	23	28	34
21-40	38	49	63
41-50	84	112	146
51-80	28	34	42
ВСЕГО	214	276	353

В авиатранспортной отрасли России начинают действовать серьезные факторы, формирующие переход от инерционной к инновационной модели развития ее регионального сегмента:

- существенное расширение субсидирования социально значимых региональных маршрутов (ранее этот сегмент финансировался только из региональных бюджетов, теперь принято решение о подключении средств федерального бюджета, на условиях софинансирования);

- введение субсидирования из федерального бюджета приобретения российскими авиакомпаниями самолетов региональных и местных ВЛ, вне зависимости от страны-производителя.

Кроме того, следует учитывать использование самолетов размерностью до 14 кресел в сегментах некоммерческой авиации, бизнес-авиации и применения авиации в отраслях экономики.

Указанные факторы позволяют обоснованно ориентироваться на переход от инерционной к инновационной модели развития регионального сегмента авиатранспортного рынка РФ (следом за уже состоявшимся обновлением парка магистральных самолетов) и на соответствующий рост продаж современных типов региональных ВС уже в ближайшие 3-4 года.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об утверждении статистического инструментария для организации Росавиацией статистического наблюдения за деятельностью воздушного транспорта: постановление Росстата от 18.07.2007 г. № 57.

THE STRUCTURE OF THE MARKET OF REGIONAL AND LOCAL AIR TRANSPORT IN RUSSIAN FEDERATION

Fridlyand A.A., Mordasov O.D.

The market of regional and local air transport in Russian Federation and aircrafts used in it are considered.

Key words: regional and local air transport, aircrafts.

Сведения об авторах

Фридлянд Александр Абрамович, 1948 г.р., окончил МАИ (1972), профессор МГТУ ГА, доктор экономических наук, автор более 100 научных работ, область научных интересов – экономика гражданской авиации, управление имуществом гражданской авиации.

Мордасов Олег Дмитриевич, 1987 г.р., окончил МГТУ ГА (2009), специалист Научно-консалтингового центра «Аэропрогресс», автор 1 научной работы, область научных интересов – экономика гражданской авиации.

УДК 656.7.072

ДИНАМИКА ОТРАСЛЕВОГО РОСТА И ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ АВИАКОМПАНИЙ

А.А. ФРИДЛЯНД, Т.П. ЧУБУКОВА, Ю.Л. КУЛЕШОВА

Рассматриваются динамика роста авиаперевозок и финансово-экономическое состояние авиакомпаний в России, предложен разработанный авторами новый показатель – индекс перспективной платёжеспособности авиакомпаний.

Ключевые слова: авиаперевозки, авиакомпания, финансово-экономическое состояние.

Ситуация на авиатранспортном рынке

Российская авиатранспортная отрасль продолжает демонстрировать беспрецедентно высокие темпы восстановительного роста (рис. 1 - 2). В 2011 г. перевозки авиапассажиров российскими авиакомпаниями возросли на 12,6%, пассажирооборот вырос на 13,4%, превысив дореформенный уровень 1990 года. В целом российскими авиакомпаниями было перевезено более 64 млн. пассажиров, дополнительно около 16 млн. пассажиров воспользовались для полетов через российские аэропорты услугами иностранных авиакомпаний. В первом квартале 2012 г. авиакомпании России, по предварительным данным, увеличили перевозки пассажиров на 18,9% по сравнению с аналогичным периодом 2011 г., пассажирооборот - на 17,9%.

Причина наблюдаемых процессов кроется в специфике российского спроса на авиаперевозки и текущем состоянии российской экономики. В настоящее время гражданская авиация превратилась в «элитный» вид транспорта, услугами которого, в основном, пользуется небольшая часть населения, составляющая, по некоторым оценкам, не более 3 – 5% россиян. Эту группу населения можно условно назвать «подвижным классом» и он, в основном, позиционируется в верхнем (по доходам) слое среднего класса и выше его (также по доходам), по возрасту, образованию и менталитету это также наиболее активная и амбициозная часть населения трудоспособного возраста, активно занятая карьерой или бизнесом. Именно этот «подвижный класс» в первую очередь чутко реагирует на экономические кризисы в стране (сокращая свои поездки) и экономический рост (расширяя свою численность и географию поездок). Указанное утверждение наглядно иллюстрируется динамикой пассажирских перевозок во второй половине 2008 – первой половине 2009 гг. (резкий спад авиаперевозок) и последующего периода (возобновление интенсивного роста авиаперевозок в России).

В настоящее время этап экономического развития России и экономическое положение «подвижного класса» таковы, что его исходные «простые базовые» потребности надежно удовлетворены (вспомним, например, быстрый рост потребления колбасы, пива, приобретения автомобилей среднего ценового диапазона в период начальной фазы выхода из кризиса и начала первых признаков экономического роста в России в 1996-1997 гг.). Сейчас этот класс готов вкладывать увеличивающиеся личные доходы в поездки, для которых нужна авиация. В то же время, при первых же признаках снижения доходов, расходы на поездки оказываются в числе первоочередно сокращаемых статей личных затрат. Поэтому ввиду позитивных прогнозов продолжения стабильного развития экономики России, располагающей громадными запасами нужного мировой экономике сырья и энергоресурсов, можно прогнозировать стабильный, опережающий мировые показатели, темп роста спроса на авиаперевозки в России. И этому не смогут помешать ни слабости российской авиапромышленности (авиакомпании приобретают авиатехнику по всему миру), ни непоследовательность действий и зримо проявляющиеся на рынке ошибки российских регулирующих органов (авиационных властей), непрерывно находящихся в последние годы в ситуации административного реформирования и кадровых перестановок.

Платежеспособный спрос даже в условиях несовершенного рынка добьется, чтобы его замечали и обслуживали. При этом, если какие-то авиакомпании делают это плохо, то им «помогут» конкуренты, в том числе иностранные.

В описанных выше условиях российские авиакомпании, стремясь соответствовать быстрорастущему (все еще небольшому по объему, но конкурентному) рынку, а также для поддержания конкурентоспособности и соответствия требованиям безопасности, в массовом порядке перевооружая авиапарк (для магистральных перевозок процесс избавления от российских самолетов «старшего» поколения близится к завершению, для местных и региональных – только начинается), в условиях дороговизны финансовых ресурсов и нестабильности политики авиационных властей вынужденно ведут достаточно рискованную финансовую политику. Это проявляется в высоком количестве находящихся в кризисном финансово-экономическом состоянии эксплуатантов (нестабильная платежеспособность либо угроза банкротства), процент которых, несмотря на быстрорастущий рынок и его «зачистку» авиационными властями для сокращения числа участников, за последние годы сократился незначительно: от 41% до 33% (рис. 3). При этом доля рынка (по финансовому обороту), занимаемого находящимися в кризисном финансово-экономическом состоянии эксплуатантами, за последние три года существенно – более чем в 1,5 раза сократилась: от 24,2% до 16,7% (рис. 4), что отражает очевидное снижение конкурентоспособности финансово неустойчивых авиакомпаний на растущем авиатранспортном рынке.

Хотя у каждой из авиакомпаний риски различаются и российский авиабизнес уже давно привык работать в высокорискованных условиях, что наглядно иллюстрируется данными рис. 3 – рис. 6 и высоким количеством потерявших сертификат эксплуатанта авиакомпаний, задача и механизмы защиты интересов потребителей (пассажиров) в условиях высокого риска ухода с рынка авиакомпаний, не располагающих значительными финансовыми резервами, продолжает оставаться актуальной. В связи с этим представляет интерес разработка обладающих необходимой информативностью и надежностью прогностических моделей своевременного выявления авиакомпаний, находящихся в ситуации высокого риска потери платежеспособности и ухода с рынка, как несущих наибольшую потенциальную угрозу нарушения требований безопасности, а также угрозу экономическим интересам пассажиров, которые приобрели право на перевозку (авиабилеты), но могут перевозку не получить из-за неплатежеспособности и остановки либо сбоев в операционной деятельности финансово несостоятельного авиаперевозчика.

Определение индекса перспективной платёжеспособности как функции диагностики риска потери соответствия авиакомпании сертификационным требованиям

Возможности прогнозирования риска потери финансовой состоятельности авиакомпании основаны на статистически подтвержденной инерционности изменения показателей финансово-экономического состояния авиакомпании.

Для построения соответствующей прогностической модели были отобраны две группы авиакомпаний. В первой группе - 112 авиакомпаний, располагавших на 01.01.2011 года действующим сертификатом эксплуатанта (СЭ) и продолжавших осуществлять авиаперевозки в соответствии с действующим СЭ по состоянию на 31.12.2011г. [1]. Т.е. группа № 1 – это авиакомпании, по которым имеются необходимые финансово-экономические отчетные данные приблизительно за 12 месяцев до расчетной даты (в данном случае 31.12.2011г.) и которые за этот 12-месячный период не прекратили своей деятельности.

Для анализа показателей авиакомпаний группы № 1 использованы, в основном, данные их отчетности на дату 31.12.2010г., в случае их отсутствия – на более ранние даты (ближайшие к 31.12.2010г.), т.е. примерно за год до расчетной даты.

Во второй группе - авиакомпании, прекратившие свою деятельность вследствие аннулирования СЭ за период 2009 - 2011 гг. В группу № 2 включена 51 авиакомпания, по которым мы располагали достаточно достоверной финансово-экономической информацией за период не

менее года до прекращения действия СЭ. Т.е. группа № 2 – это авиакомпании, по которым имеются необходимые финансово-экономические отчетные данные приблизительно за 12 месяцев до расчетной даты (в данном случае у каждой из авиакомпаний своя расчетная дата, внутри диапазона 2009-2011 гг.) и которые за этот 12-месячный период вынужденно прекратили свою деятельность (лишились сертификата эксплуатанта).

С использованием двух вышеобозначенных выборок авиакомпаний (группа № 1 и группа № 2), рассматриваемых как обучающие выборки, далее в рамках дискриминантного анализа построен критерий распознавания - критерий наиболее надежного формализованного отнесения авиакомпании на основании значений отчетных показателей ее деятельности ~ за год до интересующей нас прогнозной даты к одной из двух совокупностей:

«белая группа» - авиакомпании, продолжающие оставаться на рынке через год после отчетной даты (группа № 1);

«черная группа» - авиакомпании, лишенные действующего сертификата эксплуатанта в течение периода до года после отчетной даты (группа № 2).

В качестве максимизируемого показателя надежности распознавания объектов при определении оптимальных параметров дискриминантной функции в рамках использования методологии дискриминантного подхода используется произведение оценок:

- вероятности правильного отнесения с помощью дискриминантной функции авиакомпаний к «белой» группе (через отношение количества «правильно диагностированных» объектов «белой группы» к общему количеству указанных объектов);

- вероятности правильного отнесения с помощью дискриминантной функции авиакомпаний к «черной» группе (через отношение количества «правильно диагностированных» объектов «черной группы» к общему количеству указанных объектов).

Обоснование параметров дискриминантной функции происходило поэтапно: от однофакторных моделей к двух- и далее трёхфакторным – до тех пор, пока достигалось улучшение (рост) надежности распознавания объектов.

В качестве рассматриваемых наиболее информативных единичных финансово-экономических факторов, с учетом многолетнего (с 1996 г.) опыта авторов в сфере финансово-экономической экспертизы и анализа авиакомпаний, разработки и внедрения отраслевых методических документов и ведения соответствующей отраслевой информационно-аналитической базы, выбраны аналитические показатели разработанной авторами и внедренной Минтрансом России с 01.04.2010 г. в отрасли методики оценки финансово-экономического состояния авиакомпаний. В качестве наиболее информативных из рассмотренных показателей по результатам исследования на основании охарактеризованного выше максимизируемого показателя надежности распознавания выбрано три главных комплексных показателя, связанных с чистой доходностью деятельности, наличия (или дефицита) чистых активов и чистого оборотного капитала и уровня кредиторской задолженности, нормированных к среднемесячной выручке эксплуатанта.

Построенная в итоге исследования дискриминантная функция (индекс перспективной платежеспособности - $I_{пп}$), обеспечивающая наилучшую надежность распознавания объектов (авиакомпаний) путем их разбиения на две группы (условно «белую» - с низким риском «потери» сертификата эксплуатанта и «черную» - с соответственно высоким риском «потери» сертификата эксплуатанта в течение ближайших 12 месяцев) имеет вид:

$$I_{пп} = X_1 + 5 \cdot X_2 - 3,2 \cdot X_3 - 0,8,$$

где $X_1 = \text{min}(\text{Чистые Активы; Чистый оборотный капитал}) / \text{Выручка среднемесячная (мес.)}$; $X_2 = (\text{Чистый денежный поток среднемесячный} / \text{Выручка среднемесячная}) \times 100\%$; чистый денежный поток определяется как амортизационные начисления плюс чистая прибыль (или минус убыток) за отчетный период; $X_3 = (\text{Кредиторская задолженность} / \text{Выручка среднемесячная}) - 4,5$.

При этом если $X_3 < 0$, то в расчет принимается значение $X_3 = 0$.

Построенная дискриминантная функция, как показало проведенное исследование, правильно диагностирует отнесение авиакомпании к группе № 1 (на основании своего значения > 0) с вероятностью 81,3% и соответственно отнесение к группе № 2 (на основании своего отрицательного или нулевого значения) с вероятностью 74,5 % [2].

Оценка риска удаления авиакомпании с рынка

В соответствии с разработанным выше критерием диагностики (дискриминантной функцией) на основе исследования данных, представленных в группах № 1 и № 2 авиакомпаний, определена связь риска (вероятности) удаления авиакомпании с рынка (аннулирования сертификата эксплуатанта) со значением индекса перспективной платежеспособности. В итоге авиакомпании могут быть разделены на четыре группы (табл. 1):

4 группа риска (максимальный риск) – $I_{пп} < -95$, вероятность аннулирования СЭ в течение периода до 12 месяцев около 79%;

3 группа риска (высокий риск) – $0 > I_{пп} > -95$, вероятность аннулирования СЭ в течение периода до 12 месяцев около 57,5%;

2 группа риска (низкий риск, относительно средние и крупные авиакомпании) – $I_{пп} > 0$, авиакомпании, обслуживающие на авиатранспортном рынке не ниже 0,15% отраслевого пассажирооборота, вероятность аннулирования СЭ в течение периода до 12 месяцев около 7,7%;

1 группа риска (низкий риск, мелкие авиакомпании) – $I_{пп} > 0$, авиакомпании, обслуживающие на авиатранспортном рынке ниже 0,15% отраслевого пассажирооборота, вероятность аннулирования СЭ в течение периода до 12 месяцев около 14,1%.

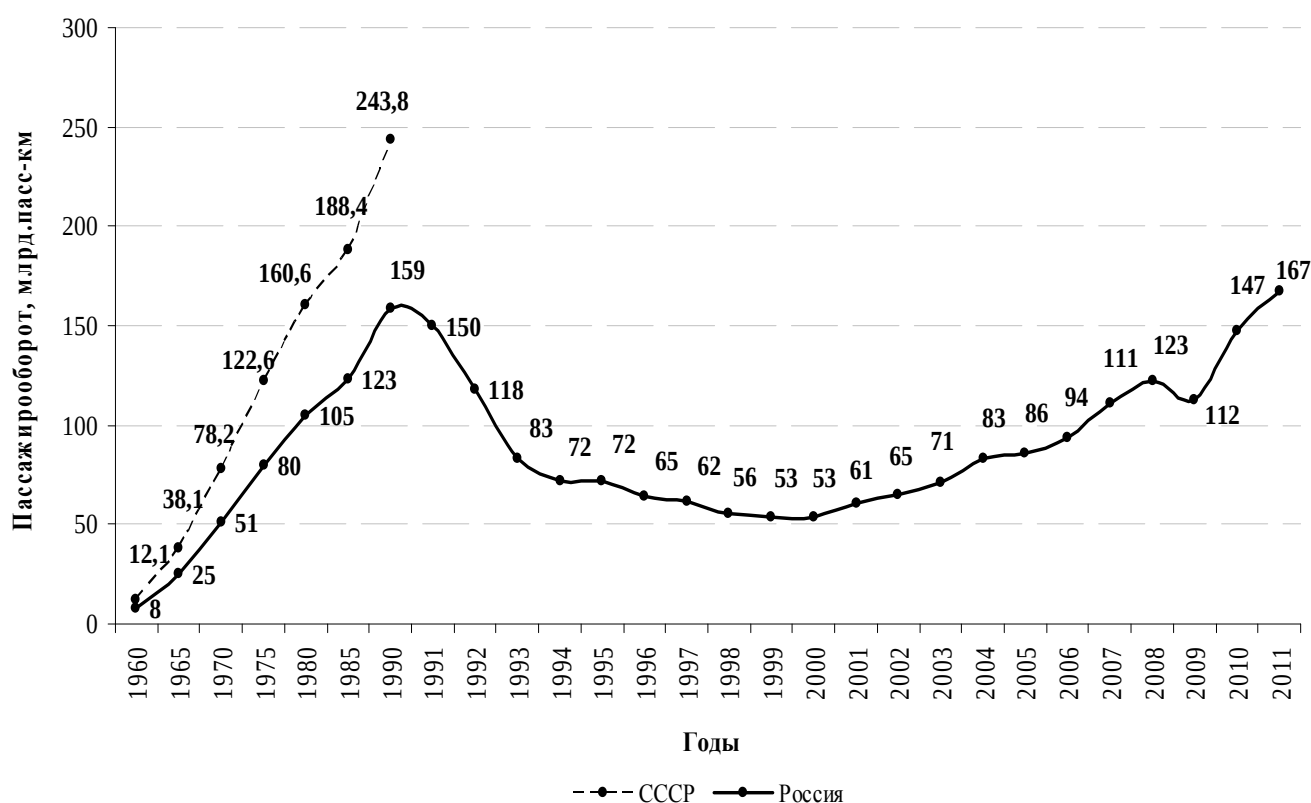


Рис. 1. Динамика пассажирооборота ГА России

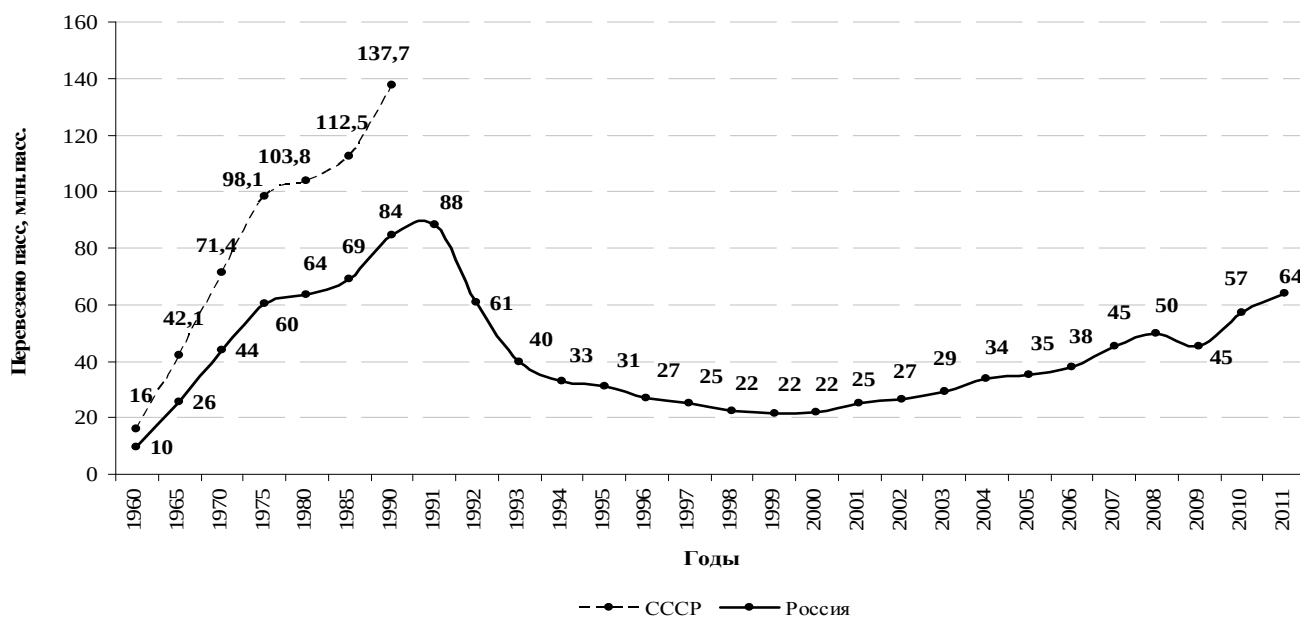


Рис. 2. Динамика перевозок пассажиров ГА России

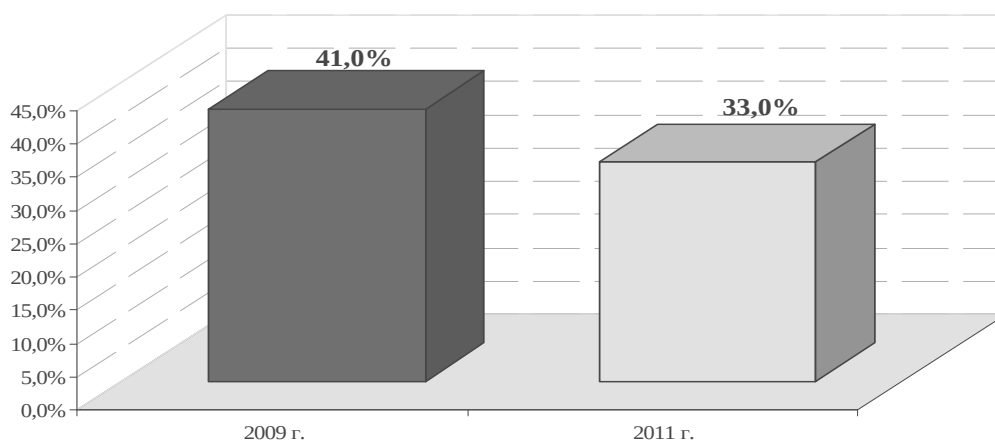


Рис. 3. Количество эксплуатантов, находящихся в кризисном финансово-экономическом состоянии (нестабильная платежеспособность либо угроза банкротства)

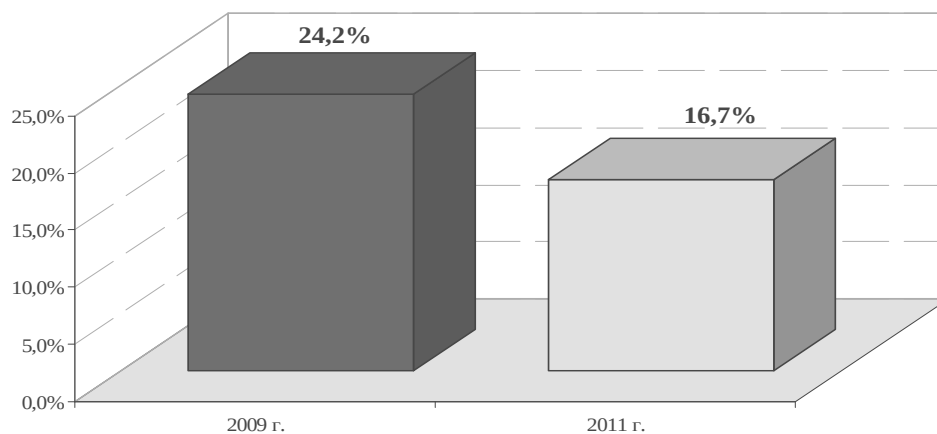


Рис. 4. Доля рынка (по финансовому обороту), занимаемого находящимися в кризисном финансово-экономическом состоянии эксплуатантами

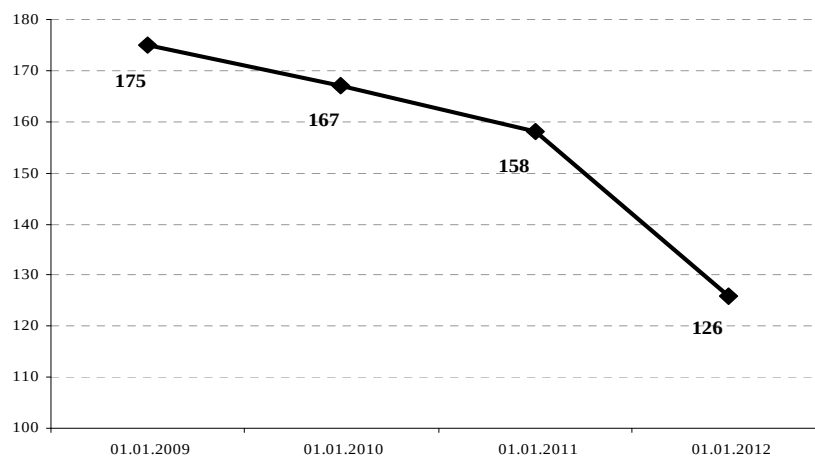


Рис. 5. Количество эксплуатантов на авиатранспортном рынке России, ед.

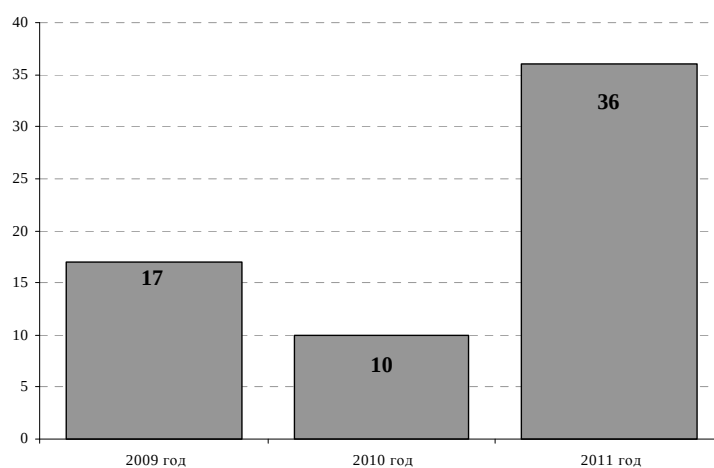


Рис. 6. Количество авиакомпаний, по которым аннулировались сертификаты эксплуатанта, ед.

Таблица 1

Рейтинг авиакомпаний по риску аннулирования сертификата эксплуатанта

Ранжирование авиакомпаний по группам риска	Значение индекса перспективной платёжеспособности	Доля пассажирооборота авиакомпании в отрасли	Вероятность аннулирования СЭ в течение периода до 12 месяцев
IV – максимальный риск	$I_{пп} \leq -95$	-	79%
III – высокий риск	$0 \geq I_{пп} > -95$	-	57,5%
II – низкий риск	$I_{пп} > 0$	< 0,15 % (мелкие авиакомпании)	14,1%
I – низкий риск		$\geq 0,15$ % (средние и крупные авиакомпании)	7,7%

ЛИТЕРАТУРА

1. Электронный ресурс: <http://www.favt.ru>.
2. **Фридлянд А.А.** Динамика отраслевого роста и финансово-экономическое состояние авиакомпаний // Электронный ресурс: <http://www.aex.ru/docs/2/2012/3/15/1535/>.

**THE GROWTH DYNAMICS OF AVIATION INDUSTRY AND AIRLINES
FINANCIAL-ECONOMIC STATUS****Fridlyand A.A., Chubukova T.P., Kuleshova Y.L.**

The growth dynamics of air service in Russia and airlines financial-economic status are considered. A new, developed by the authors indicator, the index of airlines perspective financial responsibility is proposed.

Key words: airlines, financial-economic status, perspective financial responsibility.

Сведения об авторах

Фридлянд Александр Абрамович, 1948 г.р., окончил МАИ (1972), доктор экономических наук, профессор МГТУ ГА, автор более 100 научных работ, область научных интересов – экономика гражданской авиации, управление имуществом гражданской авиации.

Чубукова Татьяна Павловна, окончила МГТУ ГА (1985), кандидат экономических наук, старший научный сотрудник научно-исследовательского сектора МГТУ ГА, область научных интересов – экономика предприятий и финансово-экономическая экспертиза гражданской авиации.

Кулешова Юлия Леонидовна, окончила МГТУ ГА (2007), эксперт-аналитик отдела оценки имущественных комплексов НКЦ «Аэропрогресс», область научных интересов – экономика гражданской авиации, управление имуществом гражданской авиации.

УДК 656.7.072

РЫНОК РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК США

А.П. ЧУБУКОВ

Рассматривается рынок региональных воздушных перевозок США и состав парка используемых на нем воздушных судов.

Ключевые слова: рынок региональных воздушных перевозок, воздушные суда.

В связи с известными проблемами в развитии российской региональной авиации значительный интерес приобретает накопленный в этой сфере опыт США [1]. Региональная авиация в США охватывает практически всю территорию страны. Большинство крупных узловых аэропортов обслуживают региональные рейсы, существует множество аэропортов, специально созданных для региональных маршрутов. Особо отметим высокую плотность аэропортов на Аляске, обеспечивающих доступность региона и авиатранспортную подвижность населения.

Количественные характеристики операторов региональных авиаперевозок отражают тенденцию консолидации рынка с повышением производственной эффективности его участников. Так, с 1980 года количество региональных авиакомпаний снизилось с 247 до 61 в 2010 г. (табл. 1). Одновременно с этим значительно выросли показатели рентабельности рейсов и занятости кресел.

Также очевидна тенденция роста емкости воздушных судов и удлинение среднего маршрута. Вызвано это в основном появлением турбореактивных региональных воздушных судов (ВС), пришедших на смену турбовинтовым ВС. Для ВС с ТВД остается ниша эксплуатации на коротких дистанциях, а также в сложных климатических условиях.

Таблица 1

Динамика рынка региональных авиаперевозок в США 1980 – 2010 гг.

	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2009	2010
Действующие авиаперевозчики, ед.	247	190	153	123	91	75	62	61
Количество перевезённых пассажиров, млн. чел.	14.69	26.99	41.49	58.31	82.49	152.55	159.45	163.5
Пассажирооборот, млрд. пасс-миль	1.89	4.70	8.03	12.64	24.38	67.41	72.91	75.82
Предельный пассажирооборот, млрд. кресло-миль	4.01	10.07	15.04	25.48	42.81	95.58	97.61	99.18
Коэффициент коммерческой загрузки, %	47.19	46.63	53.39	49.60	56.96	70.53	74.70	76.45
Обслуженные самолёто-вылеты, млн. ед.	2.26	3.23	4.12	4.89	4.55	5.43	4.81	4.75
Средняя дальность поездки пассажира, миль	129	174	194	217	296	442	457	464
Коэффициент занятости кресел, %	16	26	24	30	37	50	55	56
Налёт часов, млн. ч	1,474	2,118	3,386	3,817	5,943	5,714	5,162	5,211

Средняя протяженность маршрута выросла за период 1985 – 2010 гг. со 129 до 464 миль. Фактор загрузки кресел вырос с 47% до 76%. Связано это с введением в эксплуатацию новых турбореактивных типов ВС со скоростью и дальностью полета более чем в три раза превышающих показатели устаревших ВС с ТВД.

Повышение дальности, скорости и емкости ВС для региональных перевозок вызвали адекватный рост натуральных показателей отрасли. Количество выполненных пассажиромиль выросло с 2 до 76 миллиардов, а количество перевезенных пассажиров с 14,5 до 163,5 млн.

Важно отметить, что динамика роста региональных перевозок в США в период 1990 – 2010 гг. значительно опережала динамику роста магистральных авиаперевозок (чем существенно отличается от тенденций российской гражданской авиации). На это также повлияло введение в эксплуатацию новых типов региональных ВС.

Ключевую роль в развитии региональных перевозок в США наряду с разработкой новых типов турбореактивных ВС играет разветвленная специализированная сеть аэропортов, в т.ч. в труднодоступных районах США (Аляска, Гавай). Отмечается незначительное снижение количества региональных аэропортов за период с 1995 г. по 2010 г., однако данное изменение относится не к закрытию аэропортов, а к их переходу в сегмент местных воздушных линий в связи с ростом требований к региональным аэропортам.

При этом аэропорты в труднодоступных районах преимущественно сохраняют свою численность.

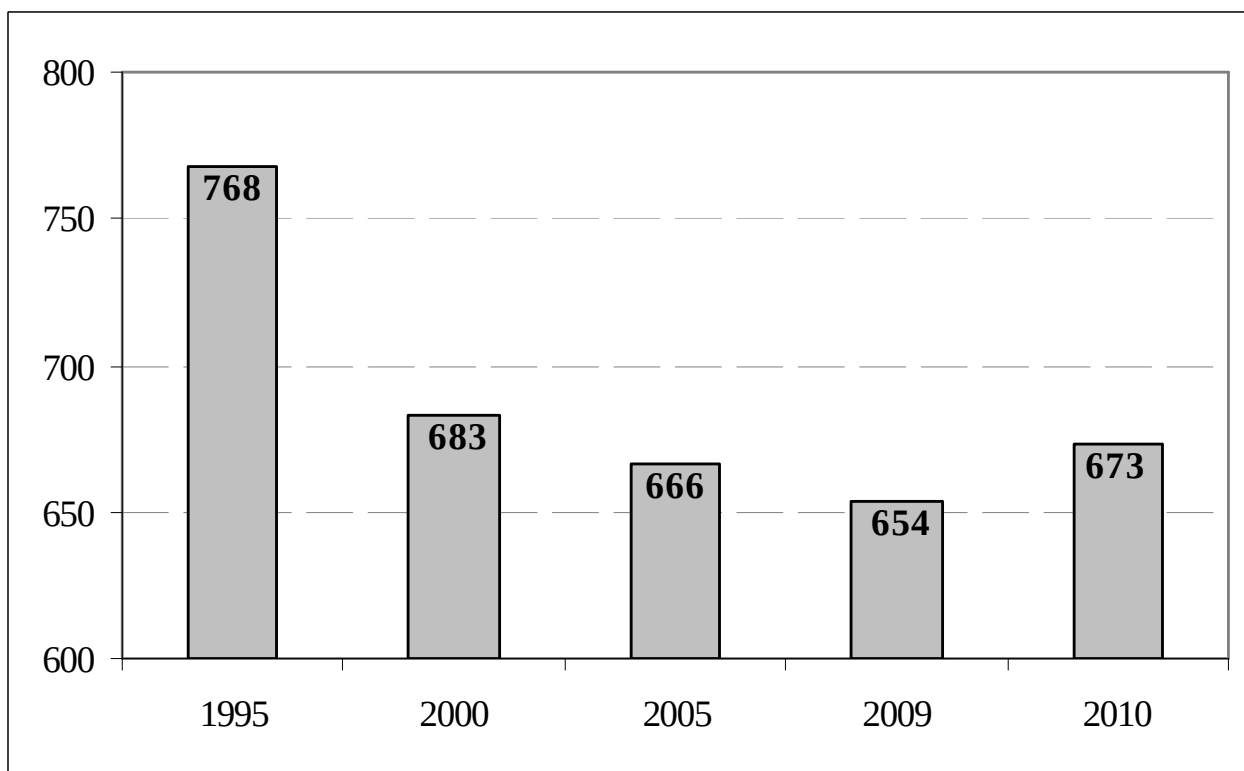


Рис. 1. Количество аэропортов США, участвующих в обслуживании региональных рейсов

Темп роста количества рабочих мест в региональных авиакомпаниях имеет тенденцию к снижению при росте производственных показателей. Связано это с внедрением новых эффективных технологий обслуживания, включая технологии LCC, где часть операций выполняют сами пассажиры. Тем не менее, бурный рост региональных перевозок в последние годы вызвал некоторый рост занятости в отрасли в 2011 г. относительно предыдущего года.

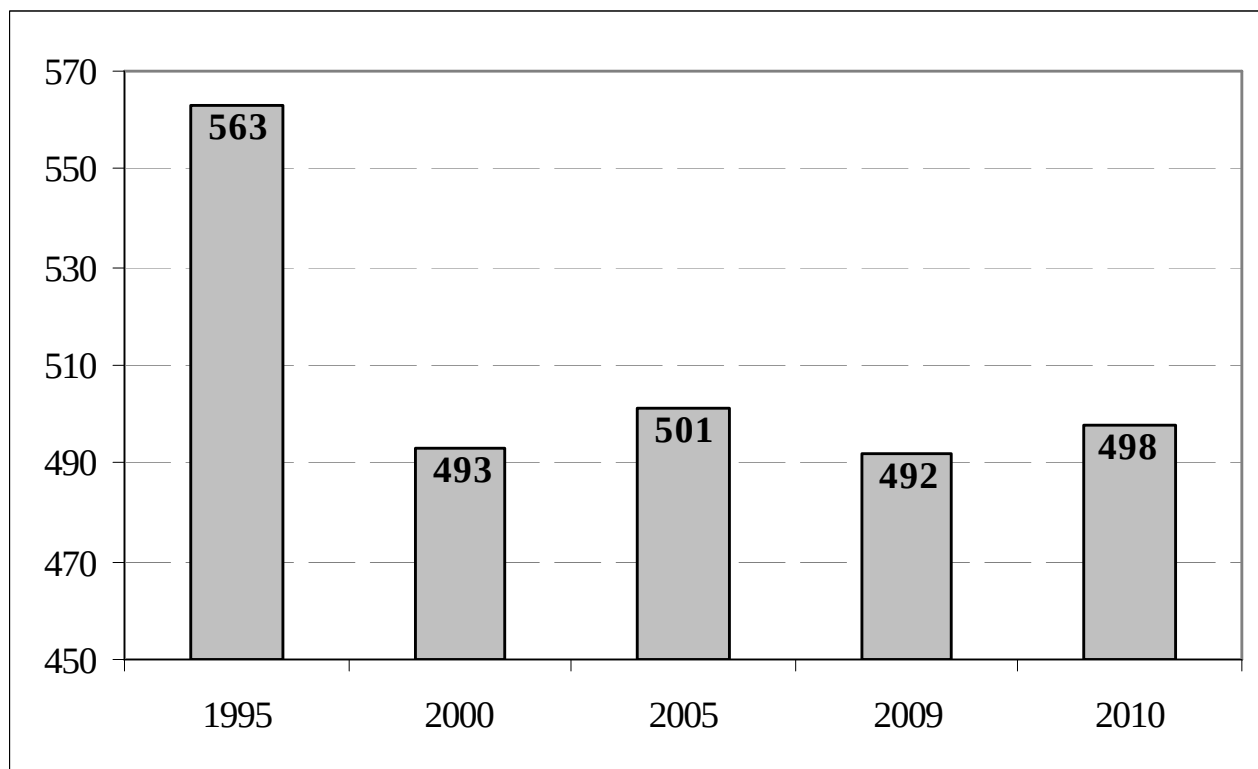


Рис. 2. Количество аэропортов США, обслуживающих только региональные рейсы

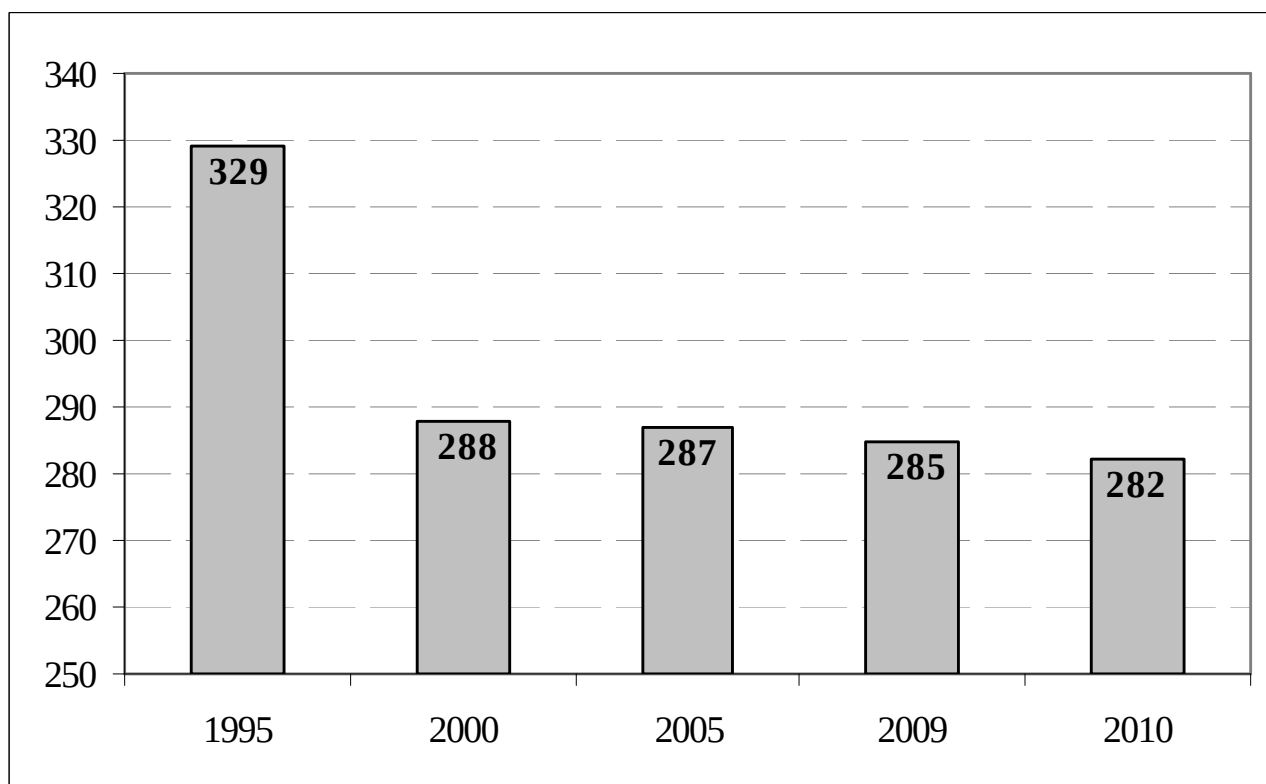


Рис. 3. Количество аэропортов США, обслуживающих только региональные рейсы на самолётах вместимостью менее 48 пассажиров

Для многих магистральных перевозчиков характерно создание региональных или низкобюджетных дочерних предприятий. В свою очередь такие дочерние региональные перевозчики заключают собственные партнерские соглашения с другими участниками рынка региональных перевозок, образуя альянсы и группы.

Безопасность полетов региональной авиации является безусловным приоритетом авиационных властей. В результате предпринятых мер количество жертв авиационных происшествий в США в последние годы имеет тенденцию к существенному снижению. Прямым следствием данной тенденции является удешевление стоимости лизинга и страхования воздушных судов.

Введение в эксплуатацию новых типов турбореактивных ВС и замена ими значительной части турбовинтовых типов привело к росту средней емкости воздушного судна, с 37 в 2000 г. до 56 в 2010 г.



Рис. 4. Динамика средней емкости ВС в парке региональных авиакомпаний США

Тенденция к замене турбовинтовых на турбореактивные типы региональных воздушных судов наглядно отражена в следующем графике. Доля региональных воздушных судов в парках перевозчиков превышает 50% от магистральных типов воздушных судов. При этом доля региональных ВС с ТВД составляет около 27% от количества региональных ВС с ТРД.

Ниже приведены данные по типам воздушных судов, находящихся в эксплуатации у американских авиаперевозчиков (табл. 2).

Таблица 2

Характеристики парка региональных ВС, эксплуатируемых авиакомпаниями в США

Производитель	Тип ВС	Количество ВС	% от общего парка	Средняя пассажиро- вместимость	Общее коли- чество кресел
Региональные ВС					
Bombardier	CRJ100/200	649	24,7%	50	32,450
Embraer	ERJ 145	553	21,0%	50	27,650
Bombardier	CRJ 700/705	276	10,5%	70	19,320
Embraer	EMB 170/175	168	6,4%	70	11,760
Bombardier	CRJ 900	138	5,2%	86	11,868
Embraer	ERJ 135/140	144	5,5%	37	5,328
Embraer	EMB 190**	23	0,9%	106	2,438
Итого		1,951	74,2%		110,814
Турбовинтовые и поршневые ВС					
Bombardier	DHC-8- 100/200	102	3,9%	37	3,774
Raytheon	Beech 1900	80	3,0%	19	1,520
Saab	340	108	4,1%	35	3,780
Cessna	402**	67	2,5%	9	603
Bombardier	DHC-8Q- 400	83	3,2%	74	6,142
Embraer	EMB 120	50	1,9%	30	1,500
Bombardier	DHC-8Q- 300	44	1,7%	50	2,200
ATR	ATR 72	39	1,5%	60	2,340
Cessna	208-Caravan	31	1,2%	10	310
Bombardier	DHC-6	22	0,8%	19	418
Cessna	207-Skywagon**	23	0,9%	6	138
Piper	Chieftan	12	0,5%	9	117
Reims-Cessna	406	4	0,2%	9	36
Britten Norman	BN Islander**	10	0,4%	9	90
ATR	ATR 42	2	0,1%	48	96
Raytheon	B200	2	0,1%	9	18
Embraer	EMB 110	1	0,0%	15	15
Short Brothers	SD3-60	2	0,1%	36	72
Итого		683	25,9%		23,169
В целом по парку		2,634	100%		133,983

Из табл. 2 видно, что региональные авиакомпании эксплуатируют преимущественно ВС емкостью 20 – 50 (70) мест. ВС меньшей емкостью составляют основу парка массовой частной авиации, в связи с чем, а также по причине высоких постоянных затрат осуществление коммерческих авиаперевозок на ВС емкостью ниже 20 мест невыгодно для авиакомпаний США. Однако данный факт может оказаться несправедлив для рынка перевозок в России, где полностью отсутствует частная авиация, но при этом достаточно много малолюдных населенных пунктов с низким пассажиропотоком, что потенциально создает спрос на ВС емкостью от 5 кресел.

ЛИТЕРАТУРА

1. Электронный ресурс: <http://www.faa.gov>.

THE MARKET OF REGIONAL AIR TRANSPORT IN USA

Chubukov A.P.

The market of regional air transport in USA and aircrafts used in it are considered.

Key words: regional air transport; aircraft.

Сведения об авторах

Чубуков Александр Петрович, 1969 г.р., окончил МГТУ ГА (1996), РЭА им. Г.В. Плеханова (2002), кандидат экономических наук, член Российского общества оценщиков, область научных интересов – экономика гражданской авиации, оценка бизнеса и активов на воздушном транспорте.

УДК 629.735.071

СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКИПАЖЕМ ВОЗДУШНОГО СУДНА В ЭКСТРЕМАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ

Т.И. ШУРДУКОВА

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Артамоновым Б.В.

Рассматриваются экипаж воздушного судна и возможности управления его деятельностью в экстремальной ситуации.

Ключевые слова: управление, экстремальная ситуация, управление действиями.

Анализ экстремальных ситуаций отрасли гражданской авиации в контексте социального управления обусловлен возрастанием количества авиационных происшествий с воздушными судами, так или иначе связанных с ошибками экипажа, и предполагает новые пути решения проблемы эффективности управления деятельностью экипажа в экстремальной ситуации.

Само понятие «экстремальная ситуация» в последнее время существенно расширило свои рамки, что обусловлено сменой критериальных подходов к классификации ситуаций, переходом от внешнесредовых представлений о ситуации к изучению особенностей ее перцепции и интерпретации. Это позволяет в качестве экстремальных рассматривать ситуации сильного стресса в обыденной жизни и в профессиональной деятельности.

Применительно к сфере гражданской авиации термин «экстремальная ситуация» имеет следующее значение – это вид социального взаимодействия, в процессе которого происходит резкое и неожиданное изменение обстановки, нарастание негативных факторов в деятельности экипажа, а также появление определенной степени риска при реализации принятого решения для управления ситуацией.

При таком подходе экипаж рассматривается как малая социальная группа, объединённая в упорядоченную иерархическую структуру с целью выполнения совместной деятельности и обладающая определенными ценностями, нормами и традициями.

В социологическом плане управление в экстремальных условиях представляет собой временное управление в особых, экстремальных и сверхэкстремальных условиях. В результате такого управления, помимо решения основных управленческих задач, осуществляется компенсация или ликвидация действующих экстремальных факторов, порождающих проблемы, требующие оперативного разрешения, а также деятельность, направленная на поддержание оптимального функционального состояния системы.

Работы социологов раскрывают всю сложность управленческой деятельности и показывают, какие способности необходимы для успешного ее осуществления. Под структурой управленческих способностей ими понимается ансамбль свойств личности и их взаимодействие, в состав которых включены: гностические, конструктивные, организаторские и коммуникативные способности.

Определяя структуру управления, можно выделить в ее составе пять стадий: целевую, дескриптивную, прескриптивную, реализационную и ретроспективную [4]. Каждая из перечисленных стадий представляет собой обособленную часть управленческого акта, в рамках которого совершаются в последовательном порядке определенные процедуры, действия и операции. Так, первая - целевая стадия - начинается с узнавания и осознания проблемы и необходимости ее решения и завершается формулированием цели. На второй - дескриптивной - производится отбор и обработка информации, необходимой для реализации сформулированной или заданной цели. Третья - прескриптивная - связана с трансформацией описывающей информации в пред-

писывающую или командную информацию. Далее следует реализационная стадия - этап организации принятого решения в реальных условиях. Завершает управленческий цикл ретроспективная стадия, основное содержание которой сводится к анализу, обобщению и оценке достигнутого физического результата и его сравнения с заданным. Ретроспективная стадия дает возможность обнаружить новые проблемы, и тем самым положить начало новому циклу.

В современном менеджменте выделяются три функции управления: целевая, социально-психологическая и оперативная. Целевая функция связана с отражением общественных потребностей и сводится к определению и решению политических и организационных задач. Социально-психологическая функция направлена на согласование общественных и личных интересов членов организации, а оперативная функция - на реализацию целевой и социально-психологической функций и состоит из операций планирования, принятия решений, исполнения и контроля.

В качестве относительно самостоятельных, но взаимосвязанных системной организацией функций управления можно выделить следующие стадии:

- формирование цели;
- информационное обеспечение управления;
- прогнозирование;
- принятие решения;
- организация исполнения;
- коммуникация;
- контроль и оценка результатов;
- корректировка.

Рассматривая процесс управления экстремальной ситуацией на борту воздушного судна, необходимо подчеркнуть, что командиру воздушного судна приходится гораздо труднее, чем обычному человеку. Если обычный человек, как правило, полагается на свою интуицию и следует течению событий, командир воздушного судна оказывается в ином мире, в котором ситуация развивается по своим закономерностям и управляет ею не он. По существу командир воздушного судна оказывается в тисках двух процессов. С одной стороны, на него обрушивается сильнейший вал неблагоприятных внешних изменений, которые он даже может не успевать осознавать в полной мере. С другой стороны, он испытывает глубокий внутренний кризис, который начинает развиваться в нем, вызывая сильный стресс. Привыкнув руководить другими работниками и процессами, все организовывать, упорядочивать, в условиях экстремальной ситуации командир воздушного судна внезапно попадает в хаотически развивающийся по своим закономерностям процесс, в котором он оказывается всего лишь одним из участников. Оба неблагоприятных процесса внешнего и внутреннего кризисов в ходе своего развития влияют на него все сильнее. В зависимости от того, какую стратегию поведения выбирает командир воздушного судна, какие исходные принципы он закладывает в свое поведение, шансы на благоприятный выход из экстремальной ситуации и минимизацию отрицательных последствий резко снижаются или, наоборот, повышаются. Рассмотрим, общие принципы, которыми необходимо руководствоваться, чтобы повысить шансы благоприятного выхода из экстремальной ситуации:

- характер поведения человека в экстремальной ситуации;
- восстановление аналитически-логического мышления, его перевод на уровень творческого и нестандартного поиска выходов из ситуации;
- как можно более быстрый переход к активным действиям.

К сожалению, все общие рекомендации типа "будьте внимательны" в условиях интенсивного развития крайне опасных событий будут в лучшем случае бесполезны. В худшем случае они просто лишают командира воздушного судна последних шансов, так как отнимают драгоценное время. В этих условиях главное - как можно быстрее восстановить способность аналитически мыслить и сознательно активно действовать. Однако в ходе многих экстремальных ситуаций значительная часть людей действуют либо хаотически интуитивно, либо становятся обездви-

женными и пассивными, буквально раздавленными тяжестью обрушившихся на них событий. Интуиция помогает в редких случаях.

На рис. 1 приведен рекомендуемый алгоритм действий, назначение которого - максимально повысить вероятность благоприятного выхода из экстремальной ситуации и свести к минимуму возможные потери.

Анализ характера реагирования на большинство экстремальных ситуаций показывает, что за редкими исключениями происходит частичная или полная потеря управляемости, что в значительной мере связано с неспособностью командира воздушного судна восстановить и эффективно использовать свои логико-аналитические функции. В самом начале развертывания экстремальной ситуации командиру воздушного судна нужно начинать с самого простого и важного - восстановления самоуправления. Если не обеспечить этого, то теряется важный резерв времени. Эффективный выход из экстремальной ситуации заключается в одновременном запуске 3-х процессов (рис. 1): контроля времени, восстановления аналитического мышления и активных ответных действий. Все эти процессы взаимосвязаны, но они будут эффективны лишь в том случае, если будут применяться командиром воздушного судна осознанно.

В ходе каждой экстремальной ситуации почти у каждого участника в силу действия сильного стресса и ощущения реальной опасности субъективно искажается естественный ход времени, создается ощущение его резкого замедления либо, наоборот, резкого ускорения. Переставая контролировать ход времени, командир воздушного судна начинает одновременно терять и контроль над ситуацией. Это первый признак потери управляемости. Одновременно наступает фаза, которая стремительно заполняет все сознание человека, связанная с осознанием последствий экстремальной ситуации, преувеличением значимости наносимого ею ущерба.

Слишком сильное сосредоточение на понесенных потерях парализует сознание и является вторым основным фактором потери управляемости. Оцепенение и бездействие, сопровождающее два предшествующих фактора, приводит и логическому завершению процесса, в ходе которого командир воздушного судна практически полностью отдает себя на волю случая и становится жертвой экстремальной ситуации.

Причина заключается в ошибочном стереотипе мышления, которое определяет дальнейшее поведение. Главное в этом случае - добиться трех целей: восстановить самоуправление, запустить аналитическое мышление и перейти к активным действиям.

Для восстановления контроля времени главное понимать, что чувство нарушения хода времени в условиях экстремальной ситуации совершенно естественно. Для восстановления нормального чувства времени, что просто необходимо для правильной оценки скорости протекания событий в экстремальной ситуации и расчете своих действий, целесообразно запустить внутренний счетчик времени, начиная вслух медленный отсчет времени.

При возникновении особо опасной экстремальной ситуации, когда командир воздушного судна чувствует, что теряет контроль над собой, целесообразно производить этот отсчет в обратном направлении: 10, 9, 8, 7 и т.д.

Анализ экстремальной ситуации необходимо начинать с учета своих возможностей, хотя человеческий ум устроен так, что в первую очередь он сосредотачивается на негативных последствиях, часто преувеличивая их масштабы. Имеющиеся резервы зачастую не используются, потому что их просто не успевают привести в действие.

Для преодоления этого негативного фактора можно снова включить внутренний счетчик времени и как можно быстрее перейти от обдумывания последствий потерь и ущерба к анализу хода развития экстремальной ситуации. Главное - это правильная оценка ее масштабов и темпов развития, определение ключевых факторов угроз и их динамики. Как правило, этих факторов немного, но каждый из них может быть причиной трагического исхода или катастрофы.

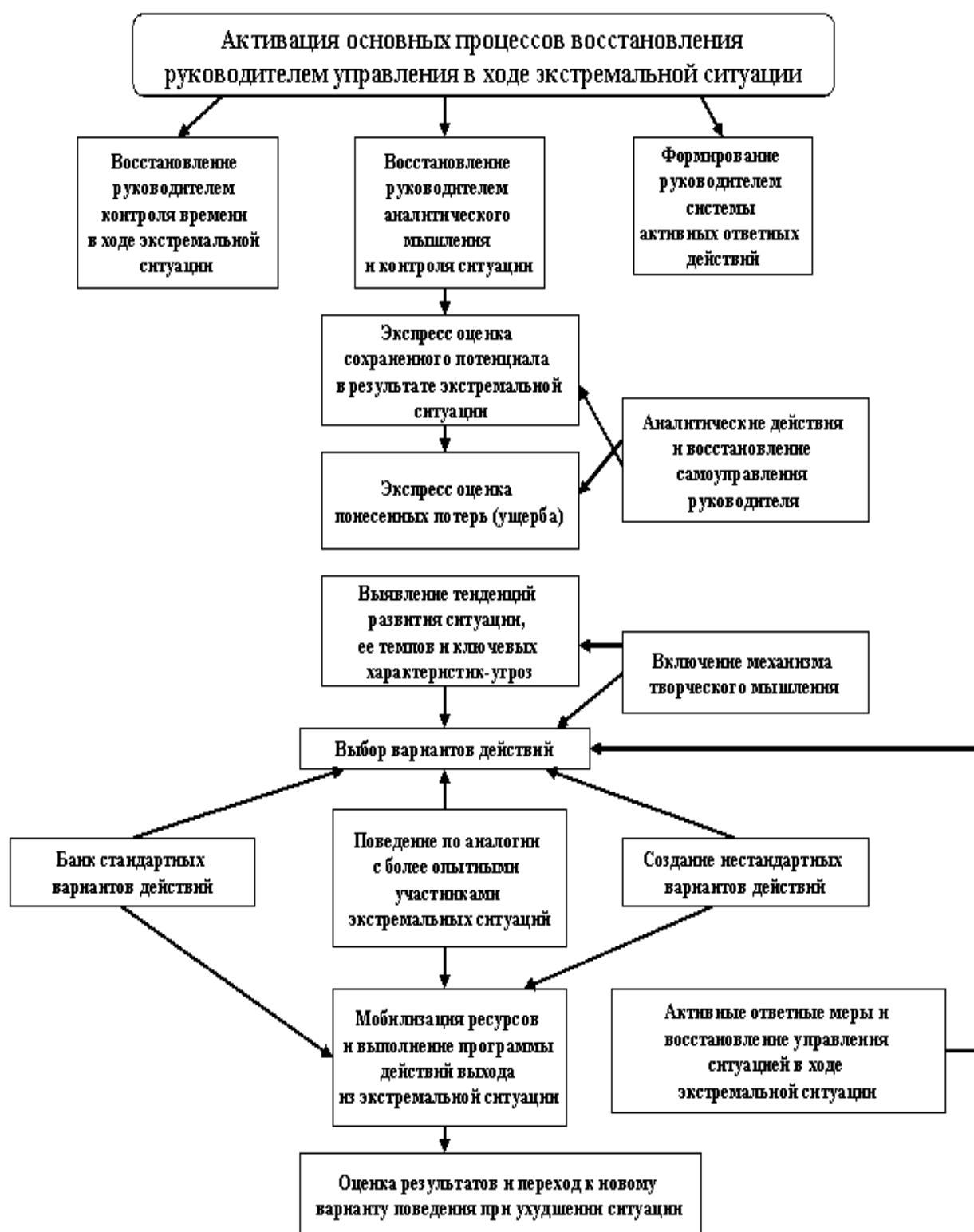


Рис. 1. Модель эффективного поведения руководителя в условиях экстремальной ситуации

Одновременно командир воздушного судна должен заставить себя перейти от аналитической фазы, главное назначение которой - восстановить самоуправление и реально оценить свои возможности, к фазе творческого мышления.

Основными элементами фазы творческого мышления являются:

- 1) быстрое построение модели развития экстремальной ситуации;
- 2) определение самых важных параметров и скорости их изменения, динамики масштабов экстремальной ситуации, степени возможного влияния на них;
- 3) оценка имеющихся ресурсов выхода из экстремальной ситуации в окружающей среде. Выбор вариантов действий не должен быть хаотическим.

Наиболее простым вариантом является использование готовых вариантов действий. Теоретически память человека хранит огромное количество информации о множестве экстремальных ситуаций, уже происшедших в мире, и об эффективных способах выхода из них и ликвидации их последствий. Но страх и потеря самоуправления неизбежно приводят к нарушению даже самой простой логики поведения. Поэтому первый источник спасительных знаний – индивидуальный банк данных об аналогичных экстремальных ситуациях, имевших место в мире и способах выхода из них. Каждый командир воздушного судна должен накапливать и упорядочивать свои знания о способах противодействия любой экстремальной ситуации, уметь активизировать эти знания в момент возникновения экстремальной ситуации. Самые простые фрагменты знаний могут спасти жизнь [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Лебедев В.И. Личность в экстремальных условиях. - М.: Политиздат, 1989.
2. Яницкий О.Н. Социология риска. - М.: Изд-во LVS, 2011.
3. Бабчук В.Г. Выбор глобального критерия в задаче принятия сложного решения // Сложные системы управления: труды семинара. - Киев: Наукова думка, 1969. - Вып. 2.
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М.: Дело, 2010.
5. Щербина А.В. Повышение эффективности деятельности руководителей в экстремальных управленческих ситуациях: дис. ... канд. психол. наук. - М., 1997.

WAYS OF AIRCRAFT CREW'S MANAGEMENT IN THE EXTREME SITUATION

Shurdukova T.I.

Some aspects of activity's management of the aircraft's crew in an extreme situation.

Key words: management, extreme situation, activity's management

Сведения об авторе

Шурдукова Татьяна Игоревна, окончила МГТУ ГА (2009), соискатель ученой степени кандидата социологических наук, инженер 4 РОНД управления по САО Главное управление МЧС России по г. Москве, автор 14 научных работ, область научных интересов – социология управления, связи с ответственностью, менеджмент.

УДК 336.717.1

МЕТОДИКА СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Н.Я. БАМБАЕВА, Р.А. АТАБЕКЯН

Статья представлена доктором экономических наук, профессором Афанасьевым В.Г.

Рассмотрены основные методологические подходы к вопросу анализа финансовых результатов коммерческого банка на современном этапе. Приводятся экономические показатели, характеризующие финансовые результаты коммерческого банка, а также на примере отдельного коммерческого банка моделируются и анализируются доходы от кредитной деятельности банка и расходы по обслуживанию привлеченных средств банка.

Ключевые слова: коммерческий банк, показатели деятельности коммерческого банка, методы многомерного анализа, регрессионный анализ.

Банковская система является важнейшей структурой современной экономики. Основным звеном любой банковской системы является центральный банк, который становится посредником между государством и остальной экономикой через совокупность коммерческих банков, его целью является осуществление функций денежно-кредитного регулирования (эмиссия национальной валюты; проведение денежно-кредитной политики; рефинансирование кредитно-банковских институтов; реализация валютной политики; регулирование деятельности кредитных институтов и т.п.).

В России сложилась двухуровневая банковская система, включающая Центральный банк РФ (Банк России) и кредитные организации, а также их филиалы, представительства иностранных банков.

Наибольший удельный вес в банковской системе по пространственно-территориальному охвату и по размеру активов принадлежит коммерческим банкам, поэтому они становятся основным звеном банковской системы. Коммерческий банк, как и предприятие, является самостоятельным хозяйствующим субъектом, обладает правами юридического лица, оказывает услуги и действует на принципах хозрасчета, но не в сфере производства (как предприятие), а в сфере обращения¹.

Предметом статистики банков является вся совокупность банковской деятельности, в том числе и финансовые результаты их деятельности.

Статистическое исследование финансовых результатов деятельности коммерческого банка должно осуществляться в следующей последовательности:

- 1) постановка задачи и сбор первичной статистической информации о деятельности коммерческого банка;
- 2) первичная обработка исходных данных о деятельности коммерческого банка;
- 3) анализ полученных сводных материалов и выявление закономерностей и процессов, протекающих в деятельности коммерческих банков. Здесь исследователь применяет весь арсенал статистических методов: метод обобщающих показателей (абсолютных, относительных и средних), метод вариации признаков и динамики явлений, методы индексного, корреляционного и регрессионного анализов. Выбор метода определяется целями статистического анализа.

При моделировании и прогнозировании финансовых результатов исследование дополняется следующими этапами:

¹ Шмойлова Р.А. Банковская статистика: учебно-практическое пособие. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2007.

- 4) определение круга возможных моделей прогнозирования;
 - 5) оценка параметров моделей;
 - 6) исследование качества выбранных моделей, адекватности их реальному процессу.
- Выбор лучшей из моделей;
- 7) построение прогноза;
 - 8) содержательный анализ полученного прогноза.

Показателями, характеризующими финансовые результаты деятельности коммерческих банков, являются прибыль и рентабельность.

Прибыль – основной коммерческий результат работы предприятия (фирмы), является главной и конечной целью субъектов хозяйствования всех форм собственности. В общем случае прибыль коммерческих банков представляет собой разность между доходами и расходами организации.

Центральное место в анализе финансовых результатов коммерческих банков принадлежит изучению объема и структуры получаемых ими доходов, поскольку они являются главным фактором формирования прибыли кредитных организаций.

Анализ прибыли в коммерческих банках может проводиться в следующих основных направлениях:

- анализ состава и структуры прибыли за период (балансовой или чистой прибыли);
- анализ прибыли банка за ряд отчетных периодов;
- факторный анализ прибыли;
- анализ финансовых потерь;
- анализ использования прибыли;
- анализ прибыли, приходящейся на акцию.

Результаты анализа показателей прибыли позволяют в определенной степени провести типологию и определить положение банка среди других кредитных учреждений. При этом в ходе анализа выявляют и оценивают основных конкурентов банка, определяют финансовые позиции анализируемого банка как лидирующего, среднего или отстающего кредитного учреждения в группе его банков. В этих целях могут использоваться данные рейтингов, формирующиеся с учетом времени функционирования банка, величины его первоначального капитала и большого количества других факторов.

При статистическом анализе финансовых результатов деятельности коммерческого банка будем использовать данные, приведенные на официальном сайте Банка России (отчет кредитной организации о прибылях и убытках)².

За исследуемый период (2001-2010 гг.) темп роста прибыли кредитной организации составил 102,7% при среднем абсолютном приросте 122,9 тыс. руб. Несмотря на то, что данные по банку представлены на сайте Центробанка, начиная с 1999 г., анализ целесообразно проводить только по тем годам, в которых наблюдается прибыль (в 1999 и 2000 гг. банк работал убыточно).

Для дальнейшего исследования деятельности коммерческого банка необходимо построить эконометрические модели показателей банковской деятельности. Моделирование будем производить с использованием аппарата регрессионного анализа. Как известно, построение регрессионных моделей позволяет выявить тенденцию развития исследуемого явления, определить факторы, которые оказывают наибольший вес в значениях результативного показателя. Для построения моделей использовалась бухгалтерская и финансовая информация о деятельности кредитной организации.

² Сайт Банка России www.cbr.ru

При построении эконометрических моделей следует выбрать факторные признаки, позволяющие полно и адекватно описывать изменение результирующего показателя.

Для оценки величины доходов исследуемого банка используется линейная регрессионная модель. С помощью модели привлечения банками денежных средств можно оценить уровень расходов исследуемой совокупности банков, который представляет собой произведение объема всех привлеченных средств (обязательств) банка и ставки по депозитам. Обязательства банка состоят из депозитов вкладчиков и клиентов, а также включают заемные средства, которые банк по своей инициативе может взять у других банков или инвесторов, в том числе путем выпуска долговых обязательств.

В качестве результативных показателей при проведении анализа будут выступать:

y_1 – доходы от кредитной деятельности банка, тыс. руб.;

y_2 – расходы по обслуживанию привлеченных средств банка, тыс. руб.;

Исходя из поставленной задачи, в качестве объясняющих переменных выберем следующие:

x_1 – размер ставки по депозитам, в %;

x_2 – размер ставки по кредитам, в %;

x_3 – расходы на рекламную деятельность, тыс. руб.;

x_4 – средства бюджета и внебюджетных фондов, тыс. руб.;

x_5 – средства на расчетных счетах банка, тыс. руб.;

x_6 – собственный капитал банка, тыс. руб.;

x_7 – размер кредитов, тыс. руб.;

x_8 – займы, выданные другим кредитным организациям, тыс. руб.;

x_9 – размер депозитов, тыс. руб.;

x_{10} – займы, полученные от других кредитных организаций, тыс. руб.;

x_{11} – уровень рентабельности банка, в %.

Подчеркнем, что данные показатели выбраны исходя из экономического смысла моделей. Ориентируясь на логичные рассуждения, будем варьировать факторными признаками для получения наиболее адекватной регрессионной модели. Критериями адекватности обозначим:

- 1) значимый коэффициент детерминации R^2 ;
- 2) значимый уровень t -статистики;
- 3) простота реализации модели;
- 4) экономически-обоснованная интерпретация модели.

В результате реализации алгоритма регрессионного анализа с пошаговым включением переменных была получена следующая модель:

$$\hat{y}_1 = 70851,22 + 0,892 x_2 + 2,321 x_3 + 1,179 x_5 \quad R^2 = 0,752$$

(2,199) (9,631) (3,659) (2,446)

В скобках приведены значения t -статистик t_j для каждого коэффициента уравнения регрессии.

Уравнение значимо при $\alpha = 0,05$, так как $F_{набл} = 47,707 > F_{кр}(0,05; 4; 86) = 2,48$, значимы и все коэффициенты регрессии. Коэффициент детерминации $R^2 = 0,752$ свидетельствует о том, что 75,2% вариации доходов от кредитной деятельности банка объясняется вошедшими в модель показателями. Все это говорит об адекватности полученного уравнения.

По полученной модели можно сделать следующие выводы. Величина доходов от кредитной деятельности банка увеличивается в среднем на 0,892 тыс. руб. при росте процентной ставки по кредитам на 1 %, а при увеличении расходов на рекламную деятельность на 1 тыс. руб. уровень доходов от кредитной деятельности банка вырастает в среднем на 2,321 тыс. руб. Увеличение средств на расчетных счетах банка на 1 тыс. руб. приводит к росту доходов от кредитной

деятельности банка в среднем на 1,179 тыс. руб. График вектора остатков свидетельствует о близости к нормальному распределению (рис. 1).

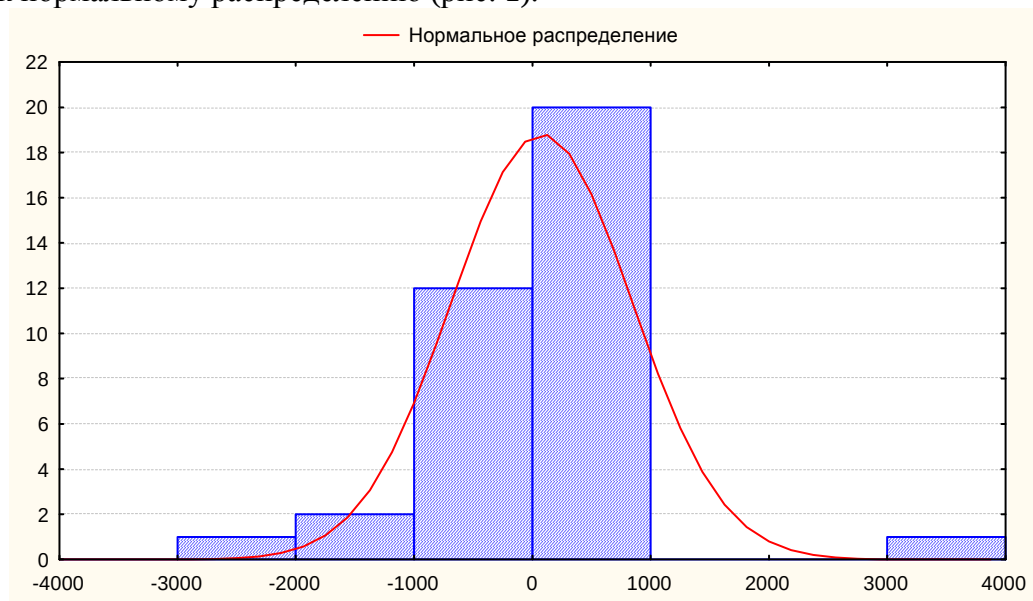


Рис. 1. Распределение остатков регрессионной модели доходов от кредитной деятельности

Эластичность доходов от кредитной деятельности банка показывает, что при увеличении размеров ставки по кредитам на 1% уровень доходов по кредитам банка вырастет в среднем на 0,51%, а увеличение расходов на рекламную деятельность на 1% приводит к росту доходов от кредитной деятельности на 1,02%. Увеличение же величины средств на расчетных счетах банка на 1% вызывает рост уровня доходов по кредитам банка в среднем на 0,87%.

Следующая модель, представляющая интерес, характеризует зависимость расходов по обслуживанию привлеченных средств банка от факторных признаков.

$$\hat{y}_2 = 53558,24 + 0,685x_1 + 2,438x_3 + 1,255x_9 \quad R^2 = 0,678$$

(2,072) (9,040) (3,232) (2,248)

Уравнение значимо при $\alpha = 0,05$, так как $F_{\text{набл}} = 47,707 > F_{\text{кр}}(0,05; 4; 86) = 2,48$. Коэффициент детерминации $R^2 = 0,678$ свидетельствует о том, что 67,8% вариации расходов от деятельности банка по привлечению денежных средств объясняется вошедшими в модель показателями.

Исходя из полученной модели, можно сделать следующий вывод. Величина расходов от деятельности банка по привлечению денежных средств увеличивается в среднем на 0,685 тыс. руб. при росте процентной ставки по депозитам на 1 %, а при увеличении расходов на рекламную деятельность на 1 тыс. руб. уровень расходов по банковским обязательствам вырастает в среднем на 2,438 тыс. руб. Увеличение же размеров средств на депозитах банка на 1 тыс. руб. приводит к росту размеров расходов от деятельности банка по привлечению денежных средств в среднем на 1,255 тыс. руб.

Эластичность расходов от деятельности банка по привлечению денежных средств показывает, что при увеличении размеров ставки по депозитам на 1% уровень расходов по обязательствам банка вырастет в среднем на 0,46%, а увеличение расходов на рекламную деятельность на 1% приводит к росту уровня расходов от деятельности банка по привлечению денежных средств на 0,85%. Увеличение же средств на депозитах банка на 1% вызывает рост уровня расходов банка по своим обязательствам в среднем на 0,96%.

Исследуемый банк имеет филиалы, расположенные в различных федеральных округах. Для полноты анализа следует построить аналогичные регрессионные модели для филиала, расположенного в Чувашии. Выбор данного филиала обусловлен тем, что этот филиал создан более 10 лет назад и по нему имеется информация, характеризующая его деятельность, достаточная для построения регрессионной модели.

В результате реализации алгоритма регрессионного анализа была получена следующая модель доходов от кредитной деятельности филиала банка.

$$\hat{y}_1 = 45531,05 + 0,924 x_2 + 3,159 x_6 + 2,691 x_7 \quad R^2 = 0,569$$

(2,823) (3,225) (2,438) (2,469)

Величина доходов от кредитной деятельности банка увеличивается в среднем на 0,924 тыс. руб. при росте процентной ставки по кредитам на 1%, а при увеличении размеров собственного капитала банка на 1 тыс. руб. уровень доходов от кредитной деятельности банка вырастает в среднем на 3,159 тыс. руб. Увеличение же размеров кредитов, выданных банком, на 1 тыс. руб. приводит к росту размеров доходов от кредитной деятельности банка в среднем на 2,691 тыс. руб. Коэффициент детерминации свидетельствует о том, что 57% вариации доходов от кредитной деятельности банка объясняется вошедшими в модель показателями.

Эластичность доходов от кредитной деятельности банка показывает, что при увеличении размеров ставки по кредитам на 1% уровень доходов по кредитам банка вырастет в среднем на 0,41%, а увеличение размеров собственного капитала банка на 1% приводит к росту доходов от кредитной деятельности на 1,32%. Увеличение величины кредитов, выданных банком, на 1% вызывает рост уровня доходов по кредитам банка в среднем на 0,67%.

При построении модели привлечения филиалом денежных средств был получен следующий результат:

$$\hat{y}_2 = 28157,42 + 0,335 x_1 + 0,298 x_9 + 1,038 x_{10} \quad R^2 = 0,810$$

(2,591) (3,025) (2,590) (4,985)

Величина расходов от деятельности банка по привлечению денежных средств увеличивается в среднем на 0,335 тыс. руб. при росте процентной ставки по депозитам на 1 %, а при увеличении размеров депозитов банка на 1 тыс. руб. уровень расходов по банковским обязательствам вырастает в среднем на 1,038 тыс. руб. Величина займов, полученных от других кредитных организаций, влияет на расходы следующим образом: увеличение их размеров на 1 тыс. руб. приводит к росту размеров расходов от деятельности банка по привлечению денежных средств в среднем на 0,298 тыс. руб. Коэффициент детерминации $R^2=0,810$ свидетельствует о том, что 81% вариации расходов от деятельности банка по привлечению денежных средств объясняется вошедшими в модель показателями.

Эластичность расходов от деятельности банка по привлечению денежных средств показывает, что при увеличении размеров ставки по депозитам на 1% уровень расходов по обязательствам банка вырастет в среднем на 0,44, а увеличение размеров депозитов банка на 1% приводит к росту уровня расходов от деятельности банка по привлечению денежных средств на 0,51%. Увеличение размеров займов, полученных от других кредитных организаций, на 1% вызывает рост уровня расходов банка по своим обязательствам в среднем на 0,19%.

Для окончательных выводов о деятельности кредитной организации и ее филиала следует провести сравнительный анализ полученных результатов. Так, модель кредитования как в головном банке, так и его филиале характеризуется ставкой по кредитам (т.к. это является важным показателем при выдаче кредитов: банк получает доход именно с процентов от выданной суммы). На уровне головного банка в данную модель также входят показатели, характеризующие расходы на рекламу и размеры денежных средств на расчетных счетах. Естественно, на таком уровне, в условиях жесткой конкуренции, банку, как и любой другой коммерческой (и не только) организации, необходима реклама своего продукта. Именно поэтому данный показатель вошел в модель кредитования банка. Говоря о показателе собственного капитала, мы наблюдаем

следующее: на региональном уровне этот показатель имеет весомое значение, так как уровень конкуренции ниже, размеры денежных средств в обороте банка ниже крупнейших банков страны, банк должен рассчитывать на «собственные силы», следовательно, величина собственного капитала важна в банковской деятельности. По этой же причине в модель кредитования головного банка показатель, характеризующий собственный капитал, не вошел в модель: банк может успешно развиваться и с «небольшими» размерами собственного капитала при наличии высоких доходов, большого объема клиентов, как физических, так и юридических лиц, в общем, при наличии спроса на услуги и продукты банка.

Перейдем к рассмотрению модели привлечения банками денежных средств: на всех уровнях, как и в модели кредитования, в модель вошел показатель ставки по депозитам, что легко объясняется: банк претерпевает расходы исходя из размеров процентов, которые он выплачивает клиентам за временное использование их денежных средств. Показатель, характеризующий расходы на рекламную деятельность, вошел в модель для головного банка, что говорит о важности рекламной кампании в этой сфере. На региональном уровне данный показатель так же, как и в модели кредитования, не вошел в модель привлечения банками денежных средств, что свидетельствует о его не столь существенной значимости. Все построенные модели адекватны, что позволяет судить о высокой достоверности сделанных на их основании выводов и предположений.

На различных уровнях на результаты банковской деятельности влияют разные факторы, так как условия существования банка в целом и его успешной коммерческой деятельности различны. Проводя параллель с анализом банков на основе рейтинга, отметим, что при его составлении кроме самих показателей для отбора и ранжирования важно также учитывать и специфические особенности деятельности банка. Такие особенности как географическое положение, условия конкуренции, уровень собственного капитала и многие другие могут косвенно влиять на полученные оценки рейтингов, причем как занижать, так и завышать их, поэтому их необходимо учитывать при изучении банковской и других сфер.

Полученные на основании анализа результаты и выводы могут использоваться специальными организациями и службами как при изучении деятельности банковской системы России в целом, так и при рассмотрении деятельности в разрезе конкретных банков и их филиальных сетей. А это, в свою очередь, имеет огромное значение при анализе функционирования экономики как на микро-, так и на макро- и международном уровнях.

METHOD OF APPLICATION THE STATISTICAL ANALYSIS OF FINANCIAL RESULTS OF ACTIVITY OF COMMERCIAL BANK

Bambaeva N.Ya., Atabekyan R.A.

The main methodological approaches to a question of the analysis of financial results of commercial bank at the present stage are considered. The author gives the economic indicators characterizing financial results of commercial bank, and also on an example of separate commercial bank models and analyzes the income of credit activity of bank and expenses on service of the involved means of bank.

Key words: Commercial bank, indicators of activity of commercial bank, methods of the multivariate analysis, regression analysis.

Сведения об авторах

Бамбаева Наталья Яковлевна, окончила Новосибирский электротехнический институт (1987), кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой менеджмента МГТУ ГА, автор более 60 научных работ, область научных интересов – совершенствование и прикладное использование методологии статистического анализа, моделирование и прогнозирование социально-экономических явлений и процессов, использование эконометрического инструментария в экономических исследованиях.

Атабекян Роберт Артурович, 1986 г.р., окончил Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (2008), аспирант МЭСИ, автор 4 научных работ, область научных интересов – экономико-статистические исследования банковской деятельности.

ББК 05
Н 34
Св. план 2012 г.

Научный Вестник МГТУ ГА
№ 181

ISBN 978-5-86311-839-0

Свидетельство о регистрации в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) ПИ № ФС77-47989 от 27 декабря 2011 г.

Редакторы И.В. Вилкова, Т.П. Воронина, Е.А. Колотушкина
Компьютерная верстка Т.Н. Котиковой

Подписано в печать 04.07.12 г.

Печать офсетная
19,25 усл. печ. л.

Формат 60х90/8
Заказ № 1459/

17,08 уч.-изд. л.
Тираж 100 экз.

Московский государственный технический университет ГА
125993 Москва, Кронштадтский бульвар, д. 20
Редакционно-издательский отдел
125493 Москва, ул. Пулковская, д. 6а

Подписной индекс в каталоге Роспечати 84254
© Московский государственный
технический университет ГА, 2012