



Бизнес-план авиакомпания

Содержание.

Введение.....	3
Глава 1. Внутрифирменное планирование.....	7
1.1. Функции и задачи планирования.....	7
1.2. Планирование и управление предприятием.....	8
1.3. Технология планирования.....	10
Глава 2. Бизнес-план: общие представления и особенности.....	14
2.1. Разработка учеными-экономистами рекомендаций по бизнес-плану.....	14
2.2. План-маркетинг в исследованиях Ф. Котлера....	18
2.3. Оценка и страхование риска.....	22
2.4. Выживание российских предпринимателей в условиях конкуренции.....	26
Глава 3. Бизнес-план авиакомпании «Камчатские Витязи».	33
3.1. Резюме.....	33
3.2. Юридический план.....	36
3.3. Проектируемый вид услуг.....	40
3.4. Организационный план.....	45
3.5. План производства.....	51
3.6. Конкуренция и рынок услуг.....	60
3.7. Оценка риска и страхование.....	66
3.8. Финансовый план.....	71
Заключение.....	74
Список литературы:.....	78
Приложения.....	80

Введение .

Одним из основных направлений развития современной экономики является сфера услуг. За последние два десятка лет эта сфера стремительно расширяется во всем мире, в России сфера услуг стала приобретать одно из важных мест.

Услуга – это любая деятельность или благо, которую одна сторона может предложить другой. В сфере услуг имеется множество разнообразных предприятий.

Особенности географических размеров страны, требуют постоянного внимания руководства РФ, руководителей отраслей, краев, областей уделять этой проблеме большое внимание. Поэтому развитие экономики немыслимо без соответствующего развития транспорта. Транспортная составляющая в себестоимости продукции (работ, услуг) на данном этапе занимает далеко не последнее место, а в некоторых случаях и доминирующее. Уровень развития в большей или меньшей мере определенного вида транспорта по регионам зависит прежде всего от таких факторов, как: удаление от центра; рельефа местности; социально-экономического развития региона и т. д.

К примеру, в Европейской части страны приоритет принадлежит железнодорожному транспорту и автомобильному; в меньшей мере – воздушному и речному. На Дальнем Востоке преобладают морской транспорт, автомобильный, воздушный. Камчатская область специфична по своему географическому местоположению. Являясь полуостровом, Камчатка не имеет прямого доступа к железнодорожным и автомобильным трассам. Поэтому главными видами здесь являются морской и воздушный транспорт. Внутри Камчатской области есть также и автомобильный транспорт. Доля транспорта в производственной деятельности Камчатки составляет 3.8%. Однако

существование и дальнейшее развитие других отраслей немыслимо и невозможно без должного развития именно транспортной составляющей.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» является одним из таких предприятий, предоставляющим услуги населению по перевозке пассажиров и грузов.

Юридический статус авиакомпании «Камчатские Витязи» – общество с ограниченной ответственностью – создано в соответствии с гражданским законодательством на основании статей 87–94 ГК РФ.

Надо отметить, что предпринимательство и бизнес на территории России в условиях нецивилизованного, «дикого» рынка – занятие, связанное с большим риском, застраховаться от которого совершенно невозможно:

- во-первых, ни о каких-либо этических правилах игры говорить даже не приходится – их в России просто не существует;
- во-вторых, законодательство, регулирующее рыночные отношения, вводилось после возникновения «стихии» рынка, поэтому правовой нигилизм в предпринимательской деятельности является обычным явлением;
- в-третьих, социальные условия оказывали и оказывают существенное влияние на потребительское поведение в сфере услуг.

Финансовый уровень населения имеет тенденцию к снижению. Поэтому услуги надо планировать так, чтобы они были доступны по стоимости и достаточно качественны.

Конечно, российским предпринимателям еще очень далеко до тех высот, которых достигли различные компании западного общества в сфере услуг, вернее, которые могут

предложить иностранные компании своим потребителям, а те в состоянии эти услуги приобрести. Однако, для российского потребителя комфорт и надежность услуги – одно из основных требований.

Поэтому российский предприниматель в своей деятельности должен стремиться удовлетворить потребности клиента как в качестве, так и в надежности, изыскивая для этого различные варианты и изучая иностранный опыт в системе предпринимательства и бизнеса, особенно если ориентироваться еще и на иностранного потребителя.

В данный период туризм становится одним из перспективным и прибыльным видом услуг на Камчатке. В следствии этого авиакомпаниям придется тщательно изучать запросы и пожелания пассажиров как, например, в начале 90-х годов сделала немецкая авиакомпания.

Было опрошено около 300 тыс. европейских бизнесменов. Во главе списка требований по улучшению условий полетов было увеличение свободного пространства между сиденьями и ширины самих кресел.

Компания «Луфтганза» произвела реконструкцию кресел и еще другие нововведения для удобства пассажиров.

Если применительно к нашим авиакомпаниям подобные нововведения неосуществимы в настоящем, то в будущем надо ориентироваться на то, что и российский пассажир с большим удовольствием возьмет билеты той авиакомпании, у которой будут увеличены пространства между сиденьями. Но это – в будущем.

Для предпринимательства и бизнеса главное, чтобы выжить в настоящем, необходимо спрогнозировать будущее.

Большие компании разрабатывают долговременные стратегии, которые позволили бы оперативно реагировать на меня-

ющиеся условия рынка. Каждая компания должна найти свой стиль работы, наилучшим образом учитывающий специфику условий, возможностей и ресурсов.

Предметом исследования является состав и содержание бизнес-плана.

Разработка бизнес-плана позволит фирме выйти из кризисной ситуации, сложившейся в результате кризисных взаимоотношений.

Объектом исследования нашей дипломной работы является ООО «Камчатские Витязи». Предметом исследования дипломной работы является состав и содержание бизнес-плана. Актуальность выбранной темы очевидна поскольку в данной фирме приходится выдерживать жесткую рыночную конкуренцию «Халактырка» и «Кречет». Разработка бизнес-плана позволит фирме выйти из кризисной ситуации в сложившихся в результате кризисных взаимоотношений. Искусство предпринимательства руководства фирмы станет залогом успешного функционирования «Камчатских витязей» на рынке авиауслуг Камчатской области. Дипломная работа состоит из введения, трех глав, пятнадцати параграфов, заключения, списка литературы и приложений.

Глава 1. Внутрифирменное планирование.

1.1. Функции и задачи планирования.

Планирование — это разработка и корректировка плана, включающие предвидение, обоснование, конкретизацию и описание деятельности хозяйственного объекта на ближайшую и отдаленную перспективу.

План предприятия, учитывающий работу людей и движение ресурсов (материальных и финансовых), имеет силу приказа для указанных в нем лиц и структурных единиц. В плане предельно четко и подробно указываются:

- цель деятельности предприятия и его структур на плановый период, количественно выраженная системой установленных показателей с указанием конкретных видов выпуска продукции и характера работы;
- средства достижения цели;
- методы и сроки увязки средств и целей;
- этапы и сроки выполнения работ;
- исполнители плана по срокам и видам работ;
- методы, этапы и средства контроля выполнения плана.

Практически вся система хозяйственного управления и регулирования производства основана на методах планирования. Поскольку, как упоминалось, завершение одного этапа работы служит началом следующего, связать все этапы без помощи планирования невозможно. [21]

Планирование — это способ достижения цели на основе сбалансированности и последовательности выполнения всех производственных операций. Это необходимое условие своевременной подготовки сырья, материалов, комплектующих изделий, инструмента, оборудования для изготовления конечной продукции и создания запасов (рис.1.1). [21]



Рис.1.1. Связь ресурсов и времени.

Чтобы не отстать от своих конкурентов, каждая независимая производственная организация должна тщательно планировать перспективу развития собственного производства и потребностей рынка минимум на 2-3 года. Любые просчеты при этом грозят убытками и даже полным разорением. Предприятию необходимо предусматривать перспективу до мелочей по каждому этапу, начиная с проекта изделия, разработки технологии, опытно-экспериментальных работ и заканчивая запуском, а затем и прекращением производства старых изделий и выходом на рынок с новой продукцией. Все должно быть увязано с экономикой внутри предприятия, налоговой системой и кредитной ситуацией, положением на рынке и намерениями конкурентов, ситуацией за пределами предприятия.

Хороший план, по мнению Доила, который составляется обычно на пять лет — одно из главных условий успеха любой фирмы.[12] Выходить на рынок со своей продукцией, не имея продуманного и точно рассчитанного плана действий, — гарантия провала фирмы.

1.2. Планирование и управление предприятием.

Переход производственных предприятий в России на условия рынка, полное самоуправление и самофинансирование означает:

- самостоятельное обеспечение технического, производственного и социального развития за счет заработанных средств;
- полную ответственность за результаты хозяйственной деятельности, за выполнение обязательств перед поставщиками и потребителями, бюджетом и банками;
- осуществление внутренней перестройки планирования на основе расширения прав и усиление экономической ответственности филиалов, цехов и отделов предприятий за обеспечение и повышение стабильности их работы;
- восприятие прибыли в качестве основы успешной деятельности предприятий, главного обобщающего экономического показателя, источника, обеспечивающего экономическое, научно-техническое и социальное развитие.

Устанавливается прямая зависимость между ресурсами, эффективностью работы и доходами, которыми самостоятельно распоряжаются предприятия.

Возрастает роль внутрипроизводственного планирования, с помощью которого связывается выпуск продукции на предприятии с потребностями рынка. Знать потребности рынка на перспективу и успеть вовремя доставить на рынок собственную продукцию — главная обязанность руководителей и специалистов предприятия. [24]

Планирование производства на предприятии — это точное предвидение и программирование на перспективу хода производственного процесса и его результатов по этапам. В плане с учетом специализации и кооперации труда устанавливаются по датам четкое задание на выполнение конкретного вида и объема работы и расходования ресурсов каждому

цеху, отделу, бригаде, рабочему и последовательность выполнения связанных между собой работ.

С помощью плана, который всегда устремлен в будущее, на перспективу распределяются имеющиеся ресурсы – материальные, трудовые, финансовые и природные.

Планирование – это метод хозяйственного предвидения и программирования, основанный на детальных расчетах. В плане предприятия, с одной стороны, содержится задание на перспективу для каждого работника, а с другой – предписания для руководителей об управленческих решениях, которые они должны поэтапно принимать, помогая коллективу достичь поставленной цели (табл. 1.1).

Таблица 1.1. Основные задачи планирования.

Задачи планирования	Основные исполнители
Проектирование перспективы по датам исполнения	Руководители предприятия, функциональные отделы, лаборатории
Организация исполнения	Руководители всех структурных звеньев, специалисты
Контроль исполнения	Руководители предприятия, специалисты

1.3. Технология планирования.

Технология планирования включает в себя:

- определение и обоснование основной задачи предприятия;
- установление конкретных показателей и заданий, необходимых для выполнения поставленной задачи;
- детализацию задания по видам и объемам работы конкретным рабочим местам и срокам исполнения;
- детальные расчеты затрат и получаемых результатов на весь период планирования.

Обычно после обязательного установления руководством фирмы общей задачи плана начинается его структурная конкретизация во всех подразделениях, т. е. установление более конкретных видов работ, сроков исполнения, требующихся механизмов, материалов и др. Таким образом, план становится связующим и направляющим звеном всей работы предприятия. [20]

Чем тщательнее разработаны все разделы плана, тем легче его выполнить, меньше требуется ресурсов, лучше качество работы. Много потерь средств и времени возникает из-за несбалансированности плана, наличия в нем просчетов, а также недисциплинированности участников его выполнения. По этим же причинам снижается и качество продукции.

Для разработки плана специалистам по планированию требуется внешняя информация, включающая в себя прогнозные и маркетинговые данные, и внутренняя информация, т. е.:

- наличие и структура производственных мощностей;
- численность кадров, их профессиональный состав;
- финансы;
- наличие и потребности в оборотных средствах;
- готовность и структура новых научно-технических разработок и др.

Сбор и обобщение поступающей информации, ее анализ являются предплановой работой специалистов, которая необходима для разработки самого плана.

Составление плана деятельности предприятия начинается с подготовки проекта отдельных его частей:

- плана производства и реализации продукции;
- плана материально-технического обеспечения;

- плана по кадрам и заработной плате;
- перспективного плана по новой технике и капитальным вложениям;
- финансового плана.

План производства и реализации продукции является основой, на которой разрабатываются все остальные части общего плана предприятия и его подразделений.

На практике количество частей (разделов) плана предприятия и их названия различаются в зависимости от размеров предприятий, их отраслевой принадлежности и сложившихся традиций, однако содержание плановой работы не изменяется.

После разработки частей плана производится их взаимная корректировка до полной увязки и сбалансированности как по материально-финансовым ресурсам, так и по времени исполнения. Например, поставки предприятию сырья, материалов, комплектующих изделий непосредственно связываются с финансовым планом, а также со сроками и объемами изготовления и выпуска продукции; в свою очередь выпуск продукции связывается с наличием рабочей силы и производственными мощностями.

Таким образом достигается сбалансированность плана деятельности предприятия, т. е. создается динамичная система взаимосвязи производственных, технических, экономических, организационно-административных и социальных мероприятий, направленных на достижение конечной цели; предусматривается порядок и очередность выполнения работ; устанавливаются сроки и ответственные исполнители по всему спектру разнообразных операций, которые предусмотрены планом; определяются источники и размеры финансирования, а также

предельно допустимые затраты по каждому мероприятию, этапам и видам работ (рис. 1.2). [20]

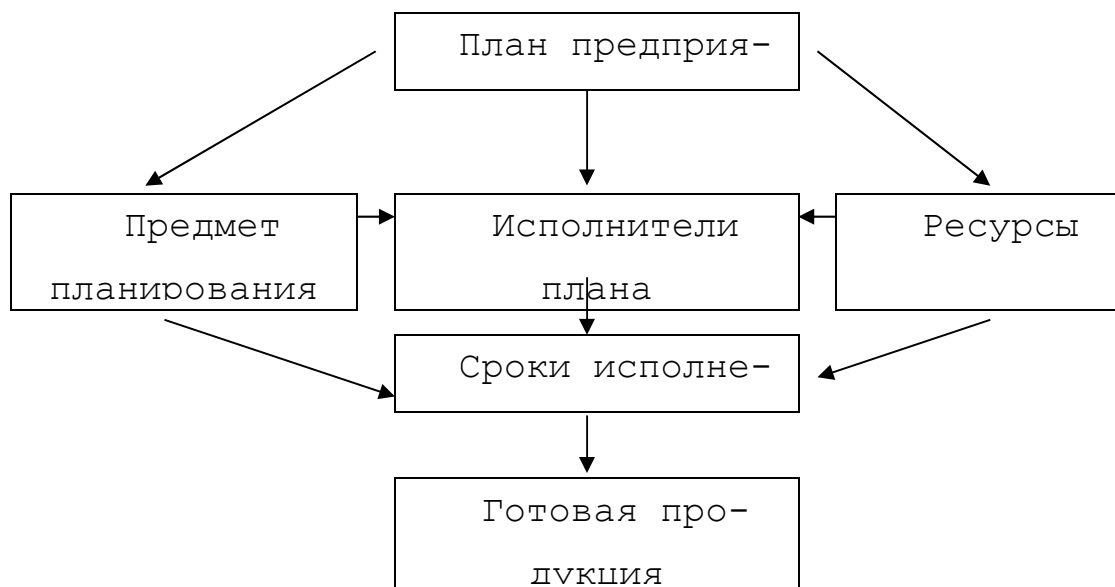


Рис. 1.2. Исполнение плана на предприятии.

В плане обязательно указываются точная характеристика и масштабы конечных результатов работы предприятия и целом по датам, а также результаты работы цехов и других подразделений по каждому мероприятию в отдельности.

С начала исполнения плана начинается расходование ресурсов, поэтому любые неточности в планировании неизбежно приводят к потере средств и времени на исправление выявившихся просчетов, а при недостатке у предприятия этих средств – к его банкротству.

Глава 2. Бизнес-план: общие представления и особенности.

2.1. Разработка учеными-экономистами рекомендаций по бизнес-плану.

Бизнес-план выступает как объективная оценка собственной предпринимательской деятельности фирмы и в то же время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В нем характеризуются основные аспекты коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно столкнется, и определяются способы их решения. Целью бизнес-плана может быть получение кредита, или привлечение инвестиций, определение стратегических и тактических ориентиров фирмы и пр. [10]

Бизнес-план предусматривает решение стратегических и тактических задач, стоящих перед предприятием, независимо от его функциональной ориентации:

- организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка состояния предприятия;
- выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности, анализ сильных и слабых сторон;
- формирование инвестиционных целей на планируемый период.

В бизнес-плане обосновываются:

- общие и специфические детали функционирования предприятия в условиях рынка;
- выбор стратегии и тактики конкуренции;
- оценка финансовых, материальных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения цели предприятия.

Бизнес-план дает объективное представление о возможностях развития производства, способах продвижения товара на рынок, ценах, возможностей прибыли, основных финансо-

во-экономических результатах деятельности предприятия, определяет зоны риска, предлагает пути их снижения. Бизнес-план пользуется независимо от сферы деятельности, масштабов, собственности и организационно-правовой формы компании. В нем решаются как внутренние задачи, связанные с управлением предприятием, так и внешние, обусловленные установлением контактов и взаимоотношений с другими фирмами и организациями.

В зависимости от направленности и масштабов задуманного дела, объем работ по составлению бизнес-плана может изменяться в достаточно большом диапазоне, т. е. степень детализации может быть различной. В одном случае бизнес-план требует менее объемной проработки, часть разделов может вообще отсутствовать. В другом – бизнес-план предстоит разрабатывать в полном объеме, проводя для этого трудоемкие и сложные маркетинговые исследования.

Для авиакомпании «Камчатские Витязи», например, трудоемкие маркетинговые исследования просто не под силу. Поэтому и на разработку бизнес-плана потребуется менее объемной проработки.

Как показывает зарубежный опыт, при составлении бизнес-плана пользуются услугами консультантов и экспертов. Но также важно, чтобы в этом мероприятии принимал личное участие и сам руководитель. Во всяком случае, это вызывает доверие к фирме или компании.[12]

Основные рекомендации в подготовке бизнес-плана – это краткость, лаконичность, т. е. изложение только самого главного по каждому разделу плана; доступность в изучении и понимании, т. е. бизнес-план должен быть понятен широкому кругу людей, а не только специалистам, и не изобилловать техническими подробностями. Он также должен быть

убедительным, лаконичным, пробуждать интерес у партнера. Только заинтересовав потенциального инвестора, предприниматель может надеяться на успех своего дела.

Бизнес-план является принципиально новым для нашей экономики. В традиционном для отечественного планирования технико-экономического обоснования, оценке экономической эффективности проекта отводилось всего несколько страниц. Этого было вполне достаточно в условиях централизованно планируемой экономики, где инвестором выступал госбюджет, а своеобразным маркетингом занимался Госснаб. В отличие от технико-экономического обоснования, бизнес-план детально характеризует все аспекты будущего предприятия, анализирует проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяет способы решения этих проблем.

Среди отечественных ученых-специалистов методические разработки по составлению бизнес-плана были сделаны Уткиным Э. А., которым была определена структура бизнес-плана, его оформление, начиная с титульного листа, разделы плана, а также тщательное описание содержания каждого раздела бизнес-плана, а также в практической части бизнес-план предприятия по производству керамического кирпича в Ставропольском крае.[11]

Тот же Уткин Э.А. в соавторстве с Кочетковой Л. И. излагают методику составления бизнес-плана.[11]

На первое место они ставят определение личных целей бизнесмена. После оценки ситуации как вне, так и внутри компании определяется главная цель. Затем разрабатывается стратегия, которая представляет собой процесс конкретизации главной цели, разбивку ее на задачи и подзадачи. На каждом этапе реализации выбранной стратегии целесообразно

вносить в план определенные коррективы, которые диктуют реальный ход событий.

Таким образом, вырабатывается оперативный план. На основе долгосрочных тенденций и оперативного плана разрабатывается долгосрочный план.

Надо отметить, что авторы предлагают различные структуры бизнес-плана. Например, в ином варианте можно начать с принятия решений, т. к. предпринимательство представляет собой, по сути, процесс принятия решений, их реализации и оценки результатов. В таком варианте бизнес-план дает основу для принятия рациональных решений, позволяет оформить и анализировать интуитивные предложения.

При составлении бизнес-плана авторы предлагают различные варианты, в зависимости от того, какую цель ставит перед собой фирма, компания или предприятие. Если фирма преследует цель наиболее полно удовлетворить спрос на ее продукцию или услуги с желаемой нормой прибыли и с учетом ряда ограничений, определяемых внешней средой, которая представлена конкурентами, потребителями и поставщиками, возможен такой вариант бизнес-плана, по которому замысел формулируется в три этапа:

- 1) Установление целей.
- 2) Определение наиболее выгодной рыночной позиции для фирмы (ниши)
- 3) Разработку комплекса действий по достижению поставленных целей.

Таким образом, как видно из изложенного выше, варианты бизнес-плана могут быть различными.

2.2. План-маркетинг в исследованиях Ф. Котлера

Особый интерес у любого экономиста представляет разработка и исследование стратегического планирования и планирования на ближайшие периоды маркетинг-плана, разработанное известными зарубежными экономистами: Котлером, Амстронгом, Сондерсом, Вонг.

Почему представляет особый интерес маркетинг-план? Можно с уверенностью сказать, что вся рыночная деятельность любой фирмы, в частности, формирование всех разделов бизнес-плана, происходит на основе маркетинговых исследований рынка, на базе широкомасштабного использования всего колоссального потенциала.

Главное в маркетинге – двойной и взаимодополняющий подход. Например, для авиакомпании «Камчатские Витязи», с одной стороны, это то, что вся деятельность компании, в том числе и формирование ее программ обслуживания, научно-техническое оснащение, капиталовложения, финансовые средства и рабочая сила – должны основываться на глубоких и достоверных знаниях потребительского спроса населения на услуги компании, на изменения этого спроса.

С другой стороны, важно активное воздействие на рынок услуг и существующий спрос населения в авиаполетах и транспортных перевозках, на формирование потребностей и покупательских предпочтений этих услуг. Основным принципом маркетинга является ориентация конечных результатов на требования и пожелания потребителей. [23]

Если учесть, что настоящих специалистов по маркетингу на Камчатке не так много, исследование в этом направлении Ф. Котлера и его соавторов очень ценно, особенно в области планирования, т. к. в названном нами фундаментальном труде очень ярко, доступно и красочно описано достижение

компании «Леви Страусс» по производству всем известных джинсов, без которых немислимо существование и российско-го обывателя. Ф. Котлер утверждает, что компания смогла достигнуть такого головокружительного успеха на рынке товаров благодаря умелому планированию маркетинга.

«Тщательное стратегическое и маркетинговое планирование превратило «Леви Страусс» в сильную и прибыльную компанию, легко приспособляющуюся к меняющимся возможностям рынка. Несмотря на сужение внутреннего джинсового рынка, «Леви Страусс» нашла способ увеличения прибыли, создав прочный фундамент в своем основном бизнесе и соединив его с хорошо спланированным развитием продукции на рынке. Как признал один из наблюдателей компании, «Леви Страусс» пришла к выводу, что «при оптимальном сочетании настойчивости и гибкости (при планировании новых товаров) завоевывать новые рынки, похоже, так же легко, как надеть новенькую пару настоящих (тертых) джинсов».

Что же предлагает Ф. Котлер при составлении плана-маркетинга? «Планирование заставляет компанию определять свои цели и политику, приводит к лучшей согласованности в работе и дает объективные показатели эффективной работы. Аргументы о бессмысленности планирования в условиях постоянных изменений не выдерживают критики. Как раз наоборот – тщательное планирование помогает компании предвещать изменения среды и оперативно реагировать на них, а также быть всегда готовой к непредвиденным обстоятельствам. Преуспевающие компании работают по плану, однако, он составляется таким образом, чтобы не ограничивать предпринимательской инициативы».[23]

По Ф. Котлеру, план-маркетинг состоит:

1) из годового плана, который представляет собой краткосрочный план, описывающий текущую ситуацию, цели компании, стратегию на предстоящий год, программу действий, бюджет и формы контроля;

2) из долгосрочного плана, который описывает основные факторы и силы, которые будут влиять на организацию на протяжении нескольких последующих лет. Он содержит долгосрочные цели, основные маркетинговые стратегии, которые будут использованы для их достижения, и определяет необходимые ресурсы. Такой долгосрочный план ежегодно обновляется с целью внесения корректив в соответствии с происшедшими изменениями. Годовой и долгосрочный планы связаны с текущей деятельностью компании, помогают в ее осуществлении.

3) Из стратегического плана, который создается для того, чтобы помочь компании использовать в своих интересах возможности в постоянно изменяющейся среде.

Это процесс установления и сохранения соответствия между целями и возможностями компании с одной стороны, и изменяющимися возможностями рынка – с другой.

Ф. Котлер предлагает процесс планирования охватить в четыре этапа: анализ, планирование, реализация и контроль. При планировании следует обратить внимание на SWOT-анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз).

Чем привлекательны научные изыскания Ф. Котлера, например, для авиакомпании «Камчатские Витязи»:

Во-первых, чтобы легче и реалистичнее предположить, каким будет ее бизнес. Например, авиакомпания «Камчатские Витязи» – это несложная, но довольно эффективная организация с тщательным контролем издержек, иначе она бы не

продержалась на плаву столь внушительное время в условиях российского рынка. Во-вторых, это авиакомпания, которая, если можно так выразиться, использует в основном стратегию фокусирования, т. е. обслуживает четкую категорию потребителей и имеет четкие маршруты. То есть авиакомпания приспособливает свои услуги к потребностям, за редким исключением, постоянных клиентов. В третьих, необходимо в плане определить основные угрозы и возможности, которые ожидают авиакомпанию в будущем. Это очень важный раздел плана, назначение которого заранее предугадать события, которые могут оказать влияние на деятельность авиакомпании. Для «Камчатских витязей» главная возможность будущего – развитие иностранного туризма на Камчатке и научные исследования в области вулканологии. В настоящее время осуществлению этих возможностей препятствуют социально-экономические условия региона Камчатки и России в целом.

Угроза может исходить от появления более конкурентоспособного противника на рынке услуг по авиаперевозкам и более активного, подкрепленного массивной рекламой.

Угроза также может исходить от обнищания населения п. Озерная, как это произошло с населением Усть-Камчатска, от демографического изменения состава этого населения вследствие экономического и социального факторов.

Нельзя недооценивать и политический фактор. Политическая нестабильность в стране не способствует развитию иностранного туризма.

Конечно, не все эти угрозы для авиакомпании требуют одинакового беспокойства. Поэтому руководитель авиакомпании должен сосредоточить свое внимание на наиболее вероятных и опасных угрозах и заранее подготовить планы их

нейтрализации. реализация возможностей всегда сопряжена с риском.

2.3. Оценка и страхование риска

Как известно, даже самый хороший план не дает сам по себе гарантии успеха. Его надо уметь реализовать. Другими словами, речь идет об умении администрации авиакомпании эффективно управлять имеющимися в его распоряжении различными видами ресурсов с учетом потребностей рынка. (В бизнес-плане мы подробно остановимся на эффективном управлении ресурсами авиакомпании «Камчатские Витязи»).

И здесь особое значение приобретает учет в должной степени возможного риска. Анализ риска производственной и финансовой деятельности фирмы является одним из важнейших разделов бизнес-плана. Для каждой фирмы риск означает вероятность наступления неблагоприятного события, которое может привести к потере части ресурсов, недополучению доходов или появлению дополнительных расходов. Современная экономическая ситуация в России, на Камчатке, в большей степени плохо предсказуема. Например, подорожание топлива может подскочить до такой черты, что приведет к развалу авиакомпании. [22]

Если рассматривать понятие возможного риска в целом, то помимо общей оценки возможных рисков, проводится анализ типов рисков, их источников и моментов возникновения, а также проводятся меры по минимизации ущерба, которые целесообразно применять в случае форс-мажорных обстоятельств, таких, как колебания курсов валют, забастовки, межнациональные конфликты, стихийные бедствия, принятие нормативных актов или смена общегосударственного курса.

Это особенно важно для отечественных предпринимателей при сотрудничестве с иностранными партнерами.

Предпринимательства без риска не бывает. При этом наибольшую прибыль, как правило, приносят рыночные операции с повышенным риском. Однако во всем нужна мера. Риск обязательно должен быть рассчитан до максимально допустимого предела. Как известно, все рыночные оценки носят вероятностный характер. Ошибки, просчеты – вещь обычная, поскольку предусмотреть все нельзя. Важно оплошностей не повторять, постоянно корректировать систему действий с позиций максимума прибыли. Опыт не только российских, но и западных институтов убеждает, что банкротства почти всегда связаны с грубыми просчетами в менеджменте. Отсюда особое внимание командиры бизнеса призваны уделять постоянному совершенствованию управления риском – менеджментом. Надо признать, что для многих российских предпринимателей – «управленцев» это почти недостижимое понятие «менеджмент». Отсюда высокая степень риска, а также высокая вероятность банкротства.

Хотя задачи менеджера в этой области общеизвестны: обнаружить область повышенного риска; оценить его степень; разработать и принять заблаговременные меры, а если ущерб уже имеет место, то и способы возмещения ущерба. Распознавание, оценка, контроль рискованных ситуаций позволяет избежать многих потерь.[11]

Почему мы так детально останавливаемся на вероятности риска?

В России занятие предпринимательством сопряжено с риском. Ни один из зарубежных, да и отечественных экономистов не указал на риск, сопряженный с криминогенной ситуацией в стране. Этот фактор невозможно не учитывать при

открытии предприятия, фирмы или компании. Но этот риск требует особого анализа и особого исследования.

По мере развития рыночных отношений усиливается конкуренция в сфере товаров и услуг.

Чтобы выжить в этих условиях, нужно решаться на внедрение технических и других новшеств, на смелые, нетривиальные действия, а это усиливает риск. Приходится смириться с неизбежностью риска, прогнозировать его, оценивать, не переходить допустимые пределы.

Виды предпринимательского риска, наиболее характерные для России:

1) Производственный риск.

Производственный риск связан с производством продукции, товаров и услуг, с осуществлением любых видов производственной деятельности. Среди причин возникновения такого риска – уменьшение размеров производства, рост материальных и иных затрат, уплата повышенных процентов, отчислений, налогов и т. д.

2) Коммерческий риск, возникающий в процессе закупки товаров и услуг, произведенных или закупленных предпринимателем. Яркий пример – закупка мяса птицы из Бельгии, зараженного диоксином.

Истоки этого риска – снижение объема реализации вследствие негативного изменения конъюнктуры или управленческих ошибок, повышение закупочной цены товаров, непредвиденное снижение объема закупок, потеря товара в процессе обращения, рост издержек обращения.

Для условий России важен финансовый риск, истоки которого ощутили многие фирмы, банки и компании после 17 августа 1998 г. Финансовый риск деятельности фирмы обычно измеряется отношением заемных средств к собственным. В

зону финансового риска в условиях финансового кризиса попадает каждое предприятие, потому что у большинства предприятий, во всяком случае, на Камчатке, очень высокое отношение к заемным средствам, поэтому прекращение или ограничение кредитования, ужесточение кредита влечет за собой срыв деятельности предприятия.

Большинство крупных западных фирм имеет в штате специального менеджера по риску, который разделяет ответственность за рискованные решения с другими менеджерами фирмы, заведующими той или иной сферой деятельности предприятия. Для отечественного предпринимательства такая штатная единица кажется лишь воображаемой роскошью. [23]

Отношение к риску различно и зависит от уровня руководителей предприятия. Так, к примеру, руководители консервативного типа, «управленцы», обычно стараются уйти от какого-либо риска, они не склонны к новациям и придерживаются правила «золотой середины».

Более гибкие, «авантюрные» руководители стремятся к более рискованным решениям. В затруднительной ситуации такие руководители ориентируются на более рискованные решения, если уверены в профессионализме исполнителей.

Возможно ли страхование риска? В нынешних социально-экономических условиях России вероятность страхования риска является призрачной, но закладывать это условие в бизнес-план необходимо больше всего для будущего, чтобы придать российскому предпринимательству цивилизованный характер.

В мировой практике гарантии по страхованию различных стадий проекта по страхованию риска организуются отдельно и могут содержать разные условия в зависимости от каждого проекта.

2.4. Выживание российских предпринимателей в условиях конкуренции.

Сегодня недостаточно одного понимания потребителей. Время напряженной, жестокой конкуренции заставляет компании и предприятия быть конкурентоспособными. «Дыхание в спину» других авиакомпаний-конкурентов ощущает на себе и авиакомпания «Камчатские Витязи». Вопрос о том, как удержаться на плаву, стоит перед работниками авиакомпании ежедневно.

В цивилизованных странах, где для свободной конкуренции создано правовое поле, выжить в условиях конкуренции совсем не просто, существуют целые научные теории выживания, концепции маркетинга и менеджмента.

В соответствии с концепцией маркетинга, компании достигают конкурентного преимущества путем разработки предложений, которые удовлетворяют нужды целевых потребителей в большей мере, чем предложения конкурентов. Компании могут представлять большую потребительскую ценность, предлагая клиентам более низкие цены на аналогичные товары и услуги, или обеспечивая больше выгод, которые оправдывают более высокие цены. Таким образом, маркетинговые стратегии должны учитывать не только потребности клиентов, но также и стратегии конкурентов. Следующий шаг – разработка конкурентных стратегий, которые позволяют компании занять прочные позиции в борьбе с конкурентами и дают наиболее сильное из всех возможных преимуществ перед конкурентами.

Естественно, что конкуренция, как один из факторов риска, учитывается при составлении бизнес-плана. [24]

В какой-то мере авиакомпании России изучают конкурентную среду: кто их конкуренты; каковы их цели; какие стра-

тегии они применяют; каковы их сильные и слабые стороны; каков спектр их возможных реакций.

То есть, каждая авиакомпания определяет для себя конкурентов на уровне услуг. Таким образом, если, например, компания «Камчатские Витязи» должна определить конкурентов для себя со стороны другой авиакомпании на уровне подобных услуг по перевозке, транспортировке пассажиров и грузов.

Очень важно определить, какую цель преследует авиакомпания. Надолго ли закрепиться на данном маршруте и получать приемлемую для выживания прибыль, или закрепиться на данном маршруте на короткое время, отменить конкурентов, получить максимальную прибыль и искать следующий маршрут, так называемую нишу рынка.

Для авиакомпании «Камчатские Витязи» важно знать, не проникнет ли другая авиакомпания в отдельные сегменты рынка, например, по перевозке иностранных туристов по маршруту.

В данном случае необходимо определить сильные и слабые стороны своих конкурентов.

В науке это называется базисный анализ. Но на отечественном рынке осуществлять базисный анализ под силу лишь большим авиакомпаниям, учитывая и авиакомпаний-монополистов.

К сожалению, надо констатировать тот факт, что конкурентная борьба на российском рынке осуществляется на криминальном поле, что не вписывается ни в какие экономические теории ни отечественных, ни тем более, зарубежных ученых-экономистов.

Но, стремясь к формированию правового государства и созданию цивилизованного рынка, необходимо применять новые

концепции, которые помогли бы предпринимателю выстоять в условиях конкурентной борьбы.

Если останавливаться на деятельности авиакомпании «Камчатские Витязи», то она относится к той категории, которая специализируется на обслуживании рыночных ниш. Она не преследует цели добиться господства, а выбирает целевые сегменты: маршруты П – Камчатский – п. Озерная – Курилы (в основном южное направление Камчатки). Эти небольшие сегменты и образуют рыночные ниши авиакомпании.

Что приносит ей успех в настоящее время? Авиакомпания «Камчатские Витязи» хорошо изучила целевую группу потребителей и хорошо удовлетворяет их запросы на предоставляемую услугу; она может назначить цену билетов и провозимого груза, превосходящую издержки; она стремится качеством услуг удержать за собой отвоеванные рыночные ниши; она должна стремиться накапливать практический опыт и совершенствовать свою специализацию, которую можно разделить на следующие виды: географическую, т. е. маршрут г. Петропавловск-Камчатский – п. Озерная; специализацию на определенном виде пассажиров – иностранных и отечественных туристах; специализацию по перевозке и транспортировке грузов.

Таким образом, чтобы выжить в условиях конкуренции, авиакомпании приходится обслуживать несколько ниш и совершенствовать свою специализацию.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» в данной экономической ситуации не может позволить себе маркетинг. Кстати, многие фирмы и предприятия, работающие в сфере услуг, также не используют маркетинг, считая его слишком дорогим. Тем более, что до недавнего времени сфера услуг почти не нуждалась в маркетинге, так как с развитием рыночных отно-

шений в России почти все услуги пользовались большим спросом.

Но авиакомпания уделяет большое внимание внутреннему маркетингу, т. е. обращает особое внимание на качество работы персонала. Фактически небольшой состав работников авиакомпании мотивирован на то, чтобы качественно и надежно обслужить потребителя.

К применению внутреннего маркетинга авиакомпанию вынуждает конкуренция. Вообще, если к маркетингу в сфере услуг подходить с научной точки зрения, то внутренний маркетинг должен предшествовать внешнему маркетингу. Нет смысла рекламировать превосходное качество услуги до тех пор, пока персонал не сможет ее обеспечить.

Но в бизнес-плане даже небольшого предприятия все-таки желательно закладывать внутренний маркетинг, чтобы научить работников предприятия качественно производить услуги.

Сегодняшнему авиапассажиру, например, уже недостаточно долететь вовремя, с комфортом и надежно приземлиться. Он еще желает получить удовольствие от полета. Разработка такого удовольствия – работа маркетолога. Рано или поздно местным авиакомпаниям придется работать над этой проблемой.

Поэтому остановимся вкратце на достижениях мирового опыта в этой сфере.

Например, авиакомпания «Вирджин Атлантик» для дифференцирования своего предложения представляла такие нововведения, как просмотр фильмов во время рейса, телефонную связь с землей, места повышенного комфорта, систему скидок для постоянных клиентов.

Авиакомпания «Бритиш Эйрвейз» даже предлагает для пассажиров международных рейсов бизнес-класса и первого класса спальные отделения, душевые с горячей водой и завтраки на заказ. К сожалению, в связи с этим возникает вторая проблема: большая часть нововведений в сфере услуг не могут быть запатентованными и легко копируются. Однако, организации сферы услуг, регулярно вводящие какие-нибудь усовершенствования, получают целый ряд преимуществ, а также репутацию новатора, которая помогает сохранить покупателей, которые желают покупать самое лучшее.[12]

Но что делать, когда потребители жалуются?

В практике российского менталитета существует вредная традиция, оставшаяся еще с советских времен: на жалобу потребителя о плохой услуге дать ответ, что услуга-то была хорошей, просто потребитель не понял ее качества. Не ушли еще из памяти пресловутые «Книги жалоб и предложений», которые старались спрятать как можно дальше от клиентов.

Ведущие фирмы Запада уже давно определились в отношении к жалобам потребителей и считают, что жалобы – прекрасная возможность повысить качество услуги, и, если налажена быстрая и эффективная система рассмотрения жалоб, забота о потребителе в процессе реабилитации может быть источником непревзойденного конкурентного преимущества.

Но если предоставляются услуги низкого качества, компания отвечает за это и возмещает ущерб, нанесенный услугами низкого качества – в этом случае компания возвращает доверие клиентов. В случае жалобы компания исправляет ошибку или оказывает услугу повторно. Фирмы, использующие жалобы как ценный источник получения преимуществ, создают механизмы эффективной обработки жалоб, чтобы не упустить

эти преимущества. Жалобы указывают на возможные пути усовершенствования, позволяют полностью удовлетворить покупателя в будущем и избежать сокращения покупателей, увеличить их доверие.

Для этого фирма или предприятие должны иметь четкую политику в области принятия решений и компенсации ущерба. Работники предприятия обязаны хорошо понимать его политику в отношении жалоб и адекватно реагировать на них.

Выводы. Во второй главе работы были рассмотрены теоретические вопросы, которые необходимо знать при составлении бизнес-плана, а также с разработками и рекомендациями известных ученых-экономистов.

Особенно интересны концепции в области маркетинга Ф. Котлера и его соавторов по книге «Основы маркетинга»: Г. Амстронга, Дж. Сондерса, В. Вонг, на которых были ссылки в работе.

Была сделана также попытка проанализировать трудности, с которыми сталкиваются отечественные предприниматели в своей предпринимательской деятельности. И все же, несмотря на препятствия, у них не умирает надежда на успех.

Бизнес-план – одно из слагаемых предпринимательского успеха.

С правовой точки зрения составление бизнес-плана компании не является обязательным и даже банки не всегда требуют его наличия при предоставлении кредитов. Многие российские предприниматели предпочитают не заниматься нудной и бесполезной, по их мнению, работой – бизнес-планированием.

Бизнес-план – это продукт внутренней управленческой деятельности, хотя потребителем его являются чаще всего внешние контрагенты: инвесторы, кредиторы, партнеры. Так-

же это – инструмент делегирования ответственности, позволяющий руководству компании более точно определить вклад менеджеров в достижение целей компании. Кроме того, это – точный и конкретный план.[23]

Если бизнес-план используется постоянно, то можно применить скользящее планирование и относиться к плану не как к догме, дорабатывать его и переделывать. Нельзя забывать, что бизнес-план – это инструмент стратегического планирования, главный механизм анализа.

Глава 3. Бизнес-план авиакомпании «Камчатские Витязи».

3.1. Резюме.

Предлагается создать товарищество с ограниченной ответственностью авиакомпанию «Камчатские Витязи» в соответствии с Законодательством РФ и нормативными документами ФАС России коммерческим отделом авиапредприятия «Халактырка» в соответствии с инструкцией № 66 и по договору № 3 от 05.01.1998 г.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» выполняет полеты на основании договора № 138 от 03.02.1998 г. в регионах Российской Федерации с соблюдением требований законодательства и нормативных актов РФ и ИКАО по вопросам организации, обеспечения и выполнения полетов ВС с летным составом, указанным в специальных положениях по эксплуатации.

Цель создания авиакомпании – предоставление услуг населению в пределах Российской Федерации, а также по местным авиамаршрутам.

Для перевозок авиапассажиров, почты и грузов, а также выполнения авиационных работ авиакомпания «Камчатские Витязи» использует частные воздушные суда типа МИ-8Т.

Воздушные суда внесены в государственный реестр гражданских воздушных судов, имеют свидетельства о регистрации, удостоверения о годности к полетам, сертификаты по шуму на местности, оснащены необходимым оборудованием, что гарантирует надежность и безопасность предоставляемой услуги, что имеет очень существенное значение для потребителя. Надо отметить также высокий уровень профессиональной подготовки летного состава, состоящего из классных специалистов.

Организация контроля за качеством работ осуществляется также командно-летным составом авиакомпании, группой по-

летней информации государственного авиапредприятия «Халактырка» по договору №1 от 01.01.1998г. специалистами камчатского регионального управления ФАС России.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» работает без использования инвестиций, обходясь собственными средствами, т.к. использование инвестиций просто неразумно, учитывая высокую процентную ставку, под которую прелагают кредиты российские банки, которая иногда превышает 70%. Поэтому авиакомпании приходится придумывать различные маркетинговые стратегии для выживания на рынке авиауслуг.

В основном авиакомпания «Камчатские Витязи» в своей предпринимательской деятельности ориентируется на местный рынок авиауслуг, используя географическую среду региона.

Это регион Камчатской области и Северные Курилы.

Основные виды услуг - перевозки на воздушном транспорте авиапассажиров, различного вида грузов и почтовые перевозки.

Авиакомпания планирует на 2001 год:

1. доходы от реализации услуг - 270833 тыс. руб.
2. издержки производства составят - 341334 тыс. руб.
3. расходы на авиаперевозки, производственные работы - 2011500 руб.

в том числе:

1. материальные затраты, всего 1447650 тыс. руб. в том числе:

- 1.1. расходы на авиа ГСМ - 558000
- 1.2. затраты на оплату труда - 295650 руб.
- 1.3. отчисление на соц. нужды - 116550 тыс. руб.
- 1.4. амортизация основных средств - 39600 тыс.руб.
- 1.5. прочие расходы - 112080 руб.[13]

Планируя указанный вид услуг, компания определяет их цену, т.е. количество денег, запрашиваемых за авиауслугу.

Но прежде, чем установить цену, авиакомпания «Камчатские Витязи» выбрала определенную стратегию и поставила определенные цели:

- выживание авиакомпании в условиях конкуренции на рынке авиауслуг;
- максимизация текущей прибыли за счет следующих факторов:
- снижение себестоимости;
- работа авиакомпании в разгар сезонных работ во 2-ом и 3-ем кварталах.
- Авиакомпания также будет стремиться к достижению определенной доли рынка в области авиауслуг, а также добиваться лидерства по показателям качества авиауслуг.

Все эти цели авиакомпания может осуществить при правильной организации деятельности всех подразделений авиакомпании.

Немаловажное значение в сфере авиауслуг имеет цена авиабилета, которая составляет на сегодняшний день 735 рублем за один авиабилет, а стоимость 1 кг груза составляет 1% от цены билета.

Пока данная цена удовлетворяет большинство клиентов авиакомпании. Конечно, при планировании цены авиакомпания использовала весь маркетинговый комплекс, о чем будет детально изложено в одном из разделов бизнес-плана.

В конце концов потребители авиакомпании определили правильность цены на предлагаемые услуги.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» пока не может позволить себе шумную рекламу, которая требует астрономических

расходов, но уже смонтирован документальный фильм авиакомпании под названием: "Там, где сливаются стихии". Но от случая к случаю авиакомпания использует информативную рекламу, чтобы сформировать первичный спрос.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» ориентирует свою деятельность на удовлетворение индивидуальных запросов потребителей, однако соблюдает при этом социально-этические ценности по охране окружающей среды и обеспечения безопасности полетов, т.е. действует по принципу: получение прибыли, удовлетворение нужд потребителей и уважение интересов общества.

Каким образом удастся авиакомпании «Камчатские Витязи» удержаться на опасном гребне предпринимательского бизнеса, будет детально рассмотрено в последующих разделах бизнес-плана.

3.2. Юридический план.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» является товариществом с ограниченной ответственностью, имеет свидетельство эксплуатации /сертификат/ №277 от 26.03.98г. который действителен по 26.03.2000г. [4]

ТОО, именуемое в дальнейшем общество с ограниченной ответственностью, создано в соответствии с законодательством РФ, а именно, статьи 87 ГК РФ и действует в соответствии со статьями 87-94 ГК РФ. [2]

На основании статьи 89 ГК РФ ООО «Камчатские Витязи» имеет: [2]

1. Устав, в котором определены цели и задачи создания общества эффективное развитие экономики Камчатской области; насыщение рынка товарами народного потребления; раз-

витие широкой сети услуг населению; получение прибыли в интересах учредителей.

Согласно законодательства РФ 000 «Камчатские Витязи» для достижения установленных целей своей деятельности совершает сделки от своего имени, приобретает имущественные и личные имущественные права и несет обязанности по обязательствам, а также имеет право на защиту своих субъективных прав в пределах правовой защиты. Общество имеет самостоятельный баланс, расчетный и другие счета в банках, как в рублях, так и в иностранной валюте.[4]

Местонахождение и юридический адрес общества: г. Петропавловск-Камчатский, ул.Топоркова 10, гостиница "Гейзер".

Уставной фонд общества образуется в соответствии с положением Учредительного договора в размере восьми миллионов рублей.

Общество создает резервный (страховой) фонд, который образуется путем ежегодных отчислений 5% сумм чистой прибыли. Отчисления в указанный фонд продолжаются до тех пор, пока этот фонд не достигнет 25% Уставного фонда.

По решению общего собрания могут создаваться и другие фонды, размер и порядок использования которых определяются общим собранием участников.

Высшим органом авиакомпании "Камчатские Витязи" является общее собрание участников 000 .Каждый участник имеет один голос.

Заседания общего собрания и принятые на них решения оформляются протоколами, которые подписываются всеми участниками.

Контроль за деятельностью Директора общества осуществляется ревизором, избранным на общем собрании общества.

В своей деятельности директор ООО подотчетен общему собранию.

2/ Учредительный Договор авиакомпании «Камчатские Витязи» определяет предмет деятельности общества, о котором практически указывается во всех разделах бизнес-плана, а также образование уставного фонда, распределения чистой прибыли, возмещения убытков и органы управления обществом.

ООО авиакомпания «Камчатские Витязи» зарегистрирована постановлением градоначальника г. Петропавловска-Камчатского от 03.06.93г. за №1727 согласно законодательства РФ/ст.51 ГК РФ о государственной регистрации юридических лиц/и получила разрешение на изготовление печати и штампов со своим наименованием. [2]

Авиакомпания «Камчатские Витязи» включена в состав единого государственного регистра предприятий и организаций всех форм собственности и хозяйствования/с ГРПО/ и ей присвоены кодыОбщероссийского регистра предприятий и организаций/ОКПО/ и классификационных признаков /подчиненность министерству – ООГУ, местонахождение / ООАМО, вид деятельности – ОКОНХ/. [1]

Это выглядит следующим образом:

Коды: ОКПО – 22909336 ООГУ – 777-4

СОАМО – 11304С1 ОКОНХ – 51300, 91620

Комитетом РФ по патентам и товарным знакам /РОСПАТЕНТ/. Всероссийским научно-исследовательским институтом, институтом патентной экспертизы /ВНИИГПЭ/ выдано разрешение на товарный знак и знак обслуживания авиапредприятия «Камчатские Витязи».

Федеральной Авиационной службой России (ФАС) выдана лицензия КГ ГВ № 00005 на право осуществлять грузовые чар-

терные внутренние перевозки круглогодично на воздушном судне типа МИ-8 по пунктам воздушных линий Камчатская область, Северо-Курильский район, а также лицензия КГ АР № 000009 на аэровизуальные полеты по тем же пунктам воздушных линий. [1]

Специальным положением по эксплуатации авиакомпания «Камчатские Витязи» разрешено использование ВС МИ-8Т на правах аренды по договору с государственным предприятием «Второй магаданский объединенный авиаотряд» и выполнение полетов на основании договора № 138 от 03.02.98г. с региональным государственным предприятием «Камчатэнергоконтроль» в регионах Российской Федерации с соблюдением требований законодательства и нормативных актов РФ и НКАО по вопросам организации, обеспечения и выполнения полетов на ВС с летным составом, указанным в специальных положениях по эксплуатации.

На условиях аренды, как было указано выше, авиакомпания «Камчатские Витязи» использует транспортные воздушные суда -1/ вертолет МИ-8Т, национальный и региональный знаки КА-242554, серийный заводской номер 98522190, сертификат летной годности типа ВС - 31.08. - 15.09.92г.

Удостоверение на указанное воздушное судно выдано в соответствии с воздушным Кодексом РФ и Конвенцией о международной гражданской авиации/1944г./.

2/ Воздушное судно МИ -8"Т" транспортное, национальный и регистрационный знаки РА - 24408, серийный заводской номер 98625174/сертификат №9439/.

Таким образом, юридический статус авиакомпании "Камчатские Витязи" зарегистрирован в соответствии с гражданским законодательством, имеются все необходимые документы, ли-

цензии и сертификаты, предусмотренные ГК и ЗК РФ. Наименование всех перечисленных документов необходимо для выполнения главной задачи – обеспечение безопасности полетов и жизни авиапассажиров, а также соблюдение экологических правил и законов.

Данную задачу можно обеспечить лишь при условии выполнения норм и служебных инструкций и предписаний по использованию воздушного пространства РФ.

Использование воздушного пространства подлежит регулированию /ст.12 ВК РФ/. а вся деятельность по осуществлению воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и т.д. подлежит обязательному лицензированию/ст.9 ВК РФ/.

Все соответствующие документы авиакомпании «Камчатские Витязи» выполнены с учетом предъявляемых к ним требований.

3.3. Проектируемый вид услуг.

"Когда у авиакомпании есть новый флот, опытные пилоты, заботливый экипаж и лучший в мире техперсонал, она вольна сконцентрироваться на том, что действительно важно – на вас" (Выдержка из рекламного обращения компании).

Стремительное расширение сферы услуг в России в целом, и на Камчатке в частности, заставило авиакомпанию «Камчатские Витязи» определиться с перечнем предоставляемых услуг населению Камчатки, а также населению на всей территории Российской Федерации.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» для осуществления этого вида услуг использует воздушные суда типа МИ-8Т, то есть, вертолеты. Чтобы данный вид услуги, именно с использованием вертолетов, пользовался потребительским

спросом, авиакомпания руководствовалась следующими соображениями.

1/ Камчатка – земля вулканов. Вулканы расположены в земной коре, образуя вулканические цепи и хребты. На полуострове около 300 вулканов и 29 из них – действующие. Большинство действующих вулканов расположены в Восточной вулканической зоне: Ключевская Сопка, Толбачинская Сопка, Безымянный, Ушаковский вулканы. Изучением вулканов занимаются специалисты института вулканологии, они систематически снаряжают свои научные экспедиции и самым надежным средством доставки людей и грузов является вертолет, самое проходимое и непритязательное для посадки судно.

2/ В лесах Камчатки обитают многие пушные звери: соболь, лисица, белка, горностай, выдра, олень, медведь и другие, т.е. в лесах Камчатки есть все необходимые условия для самой экзотической охоты. Естественно, что умело налаженная услуга, которая способна удовлетворить интерес охотников как российских, так и иностранных любителей охоты и острых ощущений, является самой прибыльной из всех,

предоставляемых авиакомпанией услуг. Тем более, что полеты осуществляются как в дневное, так и в ночное время. Для этой цели вертолеты являются самым прекрасным средством передвижения. Большой популярностью пользуется охота на лося, медведя, дикого северного оленя, снежного барана.

Конечно, планируя этот вид услуги, необходимо учитывать всю экзотику природы Камчатки, ее неповторимость и уникальность: это изумрудно-зеленая лента приволий кедрового и ольхового стланника. Эти деревья забираются по склонам сопок и создают прекрасный и неповторимый пейзаж, которым

любуются иностранные туристы в любое время года. Таким образом, удовольствие охоты сочетается с удовольствием от обозрения красот Камчатки. Некоторые лиственные деревья похожи на огромные шатры, и их вид приводит в восторг и охотников и туристов. Виду из вертолета представляются тенистые галереи вдоль речных русел.

Не меньший восторг представляет взору туристов и охотников голубая гладь озер, особенно красивы из которых глубоководные, вулканического происхождения.

3/ Перевозка служебных пассажиров, грузов, почти также осуществляется авиакомпанией «Камчатские Витязи». Этот вид услуги все больше набирает популярность, а вертолет – самый удобный вид транспорта в условиях Камчатки.

Основной маршрут авиакомпании – Петропавловск-Камчатский поселок Озерная. Надо отметить, что это – самый надежный в коммерческом отношении маршрут авиакомпании. Этим видом услуги по доставке пассажиров и грузов пользуется широким потребительским спросом, авиакомпания имеет своих постоянных клиентов и выполняет свои услуги качественно и профессионально, чтобы удержать за собой эту рыночную нишу.

Экономическое и социальное положение жителей поселка Озерной является более-менее стабильным, если исходить из экономического положения региона населения в целом. В период путины поток авиапассажиров становится более насыщенным, авиакомпании приходится работать в полную силу, что также придает стабильность в ее коммерческой деятельности.

4/ Авиакомпания «Камчатские Витязи» осуществляет такой вид услуги как перевозка грузов на внешней подвеске. Этот вид услуги возможен только вертолетом, так как это воз-

душное судно может осуществлять посадку в любом месте и для посадки не требуется наличие взлетной полосы. Этот вид услуги используется геологическими экспедициями, коммерческими компаниями, а также частными лицами. Авиакомпания «Камчатские Витязи» уже завоевала потребительские симпатии по данному виду услуги от Камчатки до Курил.

5/ Лесоавиационные работы как вид услуги также пользуются спросом, так как отрасли лесной промышленности играют немаловажную роль в камчатском регионе.

Безопасность полетов – это одна из качественных характеристик услуг, которые предлагает авиакомпания «Камчатские Витязи».

Безопасность полетов авиакомпания обеспечивает благодаря соответствующей организации работы служб, эксплуатирующих ВС на земле и в воздухе, а также высокой квалификацией и отличной подготовкой экипажей; летной годностью ВС; высоким качеством работ по обеспечению полетов наземными службами и при управлении воздушным движением. [1]

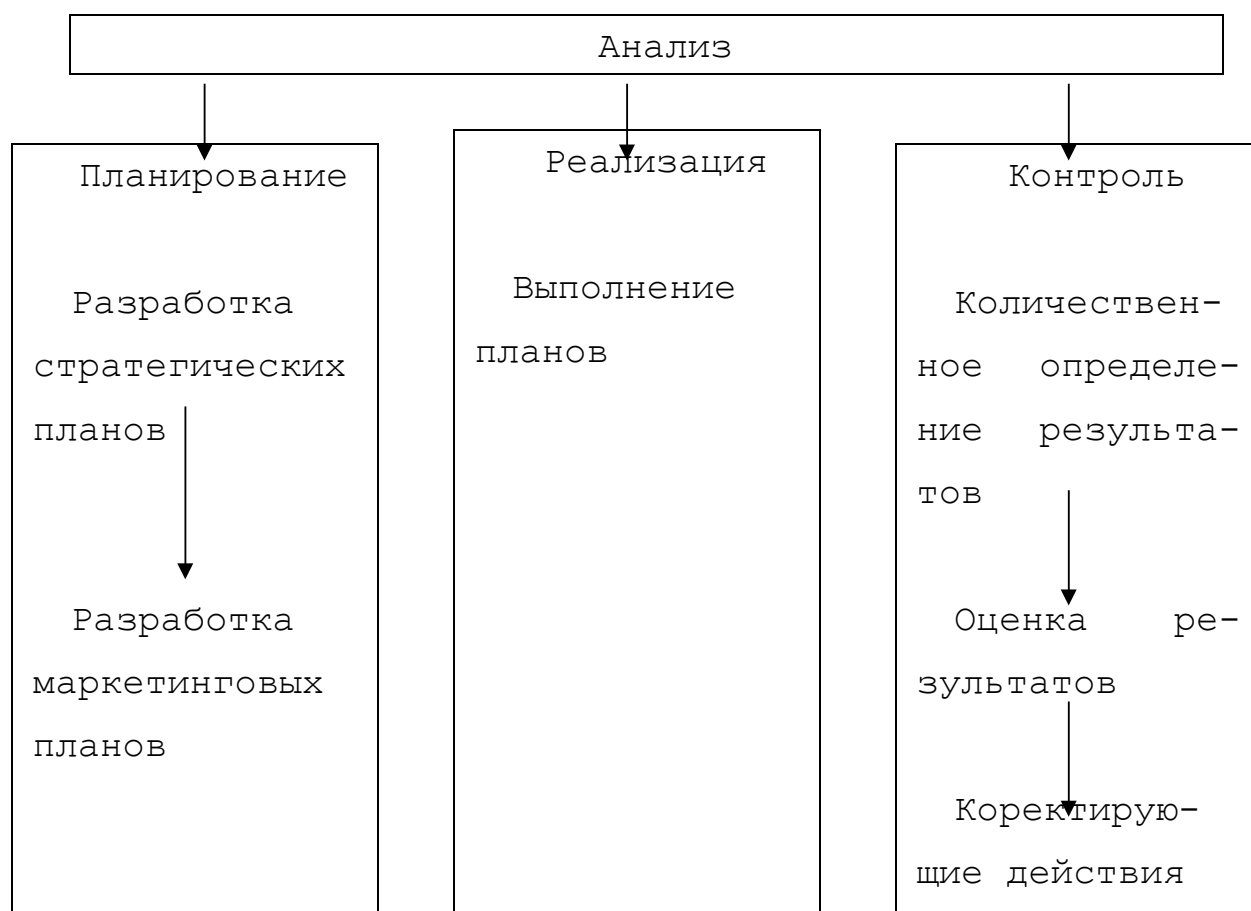
Для обеспечения безопасности полетов авиакомпания «Камчатские Витязи» осуществляет следующие мероприятия:

- целенаправленную воспитательную работу с личным составом;
- постоянное совершенствование летно-методической подготовки командно-летного состава, а также другие мероприятия, направленные на обеспечение качества полета.

Летчики авиакомпании прошли специальную подготовку, обладают знаниями и навыками, необходимыми для проведения работ по обеспечению безопасности полетов и получили сертификаты, выданные Полномочным органом сертификации (ат-

тестации) руководящего состава – Академией гражданской авиации. [1]

Таким образом, исходя из описания вида услуг, осуществляемых авиакомпанией «Камчатские Витязи» и профессиональной подготовки летного состава авиакомпании, можно с уверенностью констатировать, что авиакомпания может обеспечить своим потребителям надежную безопасность и высокое качество, а также комфорт и предоставление клиентам, любителям экзотики и острых ощущений, этого вида удовольствия.



Калькуляция себестоимости услуги по перевозке авиапассажиров и грузов

Статьи затрат	Цены в рублях
1. ТС - 1	3000
2. Кап.ремонт вертолета	1000

3. Амортизация	150
4. АНО	500
5. Метео	100
6. Зарплата	1400
7. Налоги по зарплате	550
8. ТО форма	479.68
9. Рентабельность	360
	Итого 7539.68
5%	
НДС 20%	1507.94
Стоимость л/часа	9047.52
5%	
Налог с продажи	452.38
Всего	9500

Стоимость билета от л/часа 9500 x2, 5 часа:32 человека/место Стоимость одного рейса 23750 руб. Стоимость одного места - 735 руб. Стоимость одного кг веса - 1% от стоимости билета -7 руб.35 коп.

3.4. Организационный план.

Летное подразделение является основным структурным подразделением авиакомпании, на которое возложена непосредственная работа по организации и выполнению полетов. Его возглавляет летный директор авиакомпании.[1]

На должность летного директора назначается лицо, имеющее высшее специальное авиационное образование, квалификацию пилота первого класса, предельный личный минимум погоды, допуски по всем видам авиационных работ и тренировок, допуск к инструкторской работе, стаж работы на командных должностях не менее трех лет.[1]

Летным директором авиакомпании «Камчатские Витязи» является Сакаев Растам Габдульбарович, который соответствует занимаемой должности, имеет аттестационный сертификат, выданный Академией ГА.

Командиром вертолета может быть лицо, имеющее специальность пилота (летчика) не ниже второго класса пилота ГА, подготовку и опыт работы, необходимые для самостоятельного пилотирования и управления воздушным судном данного типа. Он руководит всей деятельностью экипажа, обеспечивает строгую дисциплину и порядок на борту ВС, соблюдение правил полета и эксплуатации ВС, а в случаях вынужденной посадки, деятельностью всех лиц, находящихся на борту воздушного судна.

На командира вертолета возложена ответственность за безопасный исход каждого полета и выполнение задания независимо от того, пилотирует ли он лично воздушное судно или передал управление второму пилоту, а также за все решения, которые он принимает в отношении экипажа, пассажиров в целом. Командир вертолета наделен объемом полномочий, соответствующих его должности, а также в экстремальной ситуации, за которые он несет личную ответственность.

Командир вертолета МИ - 8 прошел специальную подготовку, обладает необходимыми знаниями и навыками по обеспечению безопасности воздушных судов, командиром вертолета проработал 16 лет, советник по БП, пилот-инспектор авиакомпании «Камчатские Витязи», заслуженный пилот России, пилот 1-го класса. Естественно, что имея такой послужной список, командир вертолета Стешенко Анатолий Александрович полностью соответствует занимаемой должности, это человек, командир, на надежность которого можно вполне положиться.

Пилот 1-го класса, командир МИ - 8 Сакаев Растам Рабдульбарович является также и командиром МИ - 8 (о нем мы уже писали выше).

Для обеспечения безопасности полетов – (а это главное качество предоставляемой авиакомпанией услуги) очень важное значение имеет состав экипажа вертолета, который под руководством командира вертолета создает комфорт и удобство для авиапассажиров.

В целом экипаж вертолета – это сплоченный единой целью коллектив, готовый к выполнению самой сложной задачи.

Пилот 2 класса, командир МИ-8, Коротеев Вячеслав Евгеньевич;

пилот 3-го класса, второй пилот МИ-8 Сапаев Александр Растамович;

бортмеханик 2 класса Волошин Дмитрий Валерьевич; бортмеханик 2-го класса Перемышленников Андрей Георгиевич – это члены экипажа, которые составляют основное звено авиакомпании «Камчатские Витязи». Они обладают соответствующей профессиональной подготовкой, прошли специальную подготовку по направлению: организация работы на воздушном транспорте и соответствуют занимаемой должности.

Советник авиакомпании «Камчатские Витязи» по авиационной безопасности обеспечивает меры безопасности при обслуживании служебных пассажиров и обработке их ручной клади и груза; осуществляет контроль за внутриобъектовым режимом в контролируемой зоне авиакомпании; обеспечивает особые меры безопасности в периоды повышенной угрозы или при чрезвычайных обстоятельствах; осуществляет обучение и подготовку персонала авиакомпании по вопросам национальной безопасности.

Советником авиакомпании «Камчатские Витязи» является пилот 2-го класса, командир МИ-8 Коротеев В.Е.

Помощник по штабной работе занимается организационной работой летного состава авиакомпании: организацией про-

фессиональной учебы; курсов повышения квалификации летного состава в УТУ, ШВЛП, ВКК; проверкой соответствия уровня профессиональной подготовки членов экипажа и персонала авиакомпании предъявляемым требованиям; своевременное изучение личным составом авиакомпании действующих приказов, инструкций, указаний ФАС России, КРУ ФАС России, директората.

Помощник по штабной работе несет ответственность за:

1. Своевременное и качественное составление оперативно-го плана-наряда на выполнение полетов авиакомпании согласно имеющегося объема авиационных перевозок и авиационных работ.

2. Состояние учета и отчетности о производственной деятельности авиакомпании в соответствии с требованиями инструкции.

3. Правильность учета и хранения документов.

Даже дилетанту понятно, насколько важна в авиакомпании должность помощника по штабной работе, т.к. соблюдение приказов, инструкций, а также ведение летно-штабной и полетной документации является необходимым условием обеспечения безопасности полетов и организации четкой и слаженной работы личного состава авиакомпании «Камчатские Витязи».

Помощником по штабной работе авиакомпании «Камчатские Витязи» является Молчанов Виктор Владимирович, бортмеханик вертолета МИ-8, классный специалист авиакомпании.

Каким бы слаженным ни был экипаж вертолета, каким бы высоким профессионализмом он ни обладал, но без технического обслуживания вертолета обеспечить безопасность полетов практически невозможно.

Оперативное техническое обслуживание вертолета осуществляет инженер ОТК по ВиДу, который контролирует ТО и ремонт, прием и передачу ВС на периодическое ТО и осуществляет руководство НАС авиакомпании «Камчатские Витязи».

Непосредственно руководит и организывает работу по выполнению оперативных видов ТО, анализирует причины отказов и неисправностей АТ, брака и ошибок в работе ИТС смены и принимает предупредительные меры.

Он несет ответственность за полное использование предоставленных ему прав по предупреждению выпуска в полет, за безопасность и регулярность полетов, зависящих от качества ТО, за соблюдение требований по охране труда, производственной санитарии, окружающей среды и противопожарной защиты.

Инженером ОТК авиакомпании «Камчатские Витязи» по Ви Ду является Казанин А.И., обладающий высокой профессиональной подготовкой и навыками работы.

Не менее важна работа авиатехников авиакомпании «Камчатские Витязи», т.к. они обеспечивают надежной работой АТ и ЕП; порядок ведения бортовой (пономерной) документации на АТ и производственно-технической документации на ТО, а также ремонт АТ.

Структурное подразделение авиакомпании, которое занимается техническим обслуживанием вертолета, является тем основным стержнем, который обеспечивает безопасность полетов.

Как видно из перечисленного, кадровый состав авиакомпании является четко слаженным производственным коллективом, объединенным главной целью – обеспечение безопасности пассажиров и грузов, т.к. это составляет главное качество предоставляемой услуги.

Более подробно о службе ИАС было изложено в разделе «План производства». Руководство авиакомпанией «Камчатские Витязи» осуществляет директор, который назначается и освобождается от должности решением собрания учредителей авиакомпании. Он организует работу и эффективное взаимодействие производственных единиц, служб, отделов, совершенствование хозяйственного механизма авиакомпании для получения прибыли. Он несет ответственность за качество и своевременность возложенных на него обязанностей, изложенных в должностной инструкции, а также за охрану труда, технику безопасности, обеспечения безопасности полетов и поддержания летной, готовности.

Директором авиакомпании «Камчатские Витязи» является Дробот Михаил Иванович, имеющий высшее образование - Киевский институт инженеров ГА, прошедший специальную подготовку (удостоверение сертификата С-07219), возглавляющий до этого известную авиакомпанию "Кречет".

Под руководством директора авиакомпании «Камчатские Витязи» ведется кропотливая и целенаправленная работа по обеспечению безопасности полетов и созданию общей теории безопасности полетов в перспективе.

Основная задача авиакомпании - разработка методов, позволяющих с единых позиций провести строгую классификацию и оценку влияния накопленных практикой эксплуатации различных факторов, влияющих на безопасность полетов и на этой основе разработать новые, более эффективные мероприятия по ее повышению.

Полет без авиапроисшествий зависит не только от надежности техники, но и требует от каждого авиатора высокого сознания, добросовестного отношения к труду, профессиональной выучки, четкой работы наземных служб, безусловно-

го выполнения требований, инструкций и других документов, регламентирующих летную работу, всемерного повышения качества обучения, улучшения состояния дисциплины и организованности всего кадрового состава авиакомпания «Камчатские Витязи».

Для выполнения указанных задач необходима высокая профессиональная подготовка летного состава.

Первоначальную подготовку и переподготовку летный состав проходит в авиационных учебных заведениях и центрах ГА, сертифицированных полномочным государственным органом в установленном порядке. Летный состав проходит курсы повышения квалификации, планирование курсов осуществляется начальником штаба авиапредприятия и контролируется летным директором авиакомпании, летным отпуском и инспекцией КРУ ФАС РФ.

В целях приобретения, поддержания и совершенствования практических умений по действиям в особых случаях полета проводится тренажерная подготовка в комплексном тренажере вертолета МИ-8.

Летная и тренажерная подготовка летного состава находится под контролем инспекторского отдела КРУ ФАС России.

3.5. План производства.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» находится в городе Петропавловске-Камчатском по улице Топоркова 10, почтовый индекс 638031 тел/факс:(41522) 5-83-40, имеет сертификат эксплуатанта №277, который выдан федеральной авиационной службой России.

Настоящий сертификат (свидетельство) удостоверяет, что авиакомпания «Камчатские Витязи» удовлетворяет требованиям законодательства РФ и изданным в соответствии с ним

нормативным актам, регламентирующим деятельность гражданской авиации.

Авиакомпания способна осуществлять внутренние коммерческие перевозки и авиационные работы на территории РФ в соответствии с указанным законодательством и нормативными актами, с ограничениями, содержащимися в специальных положениях по эксплуатации.

Деятельность авиакомпании по перевозке авиапассажиров, различных грузов, служебных авиапассажиров, а также по осуществлению других авиационных работ занимает в настоящее время одно из важных мест по обслуживанию населения Камчатской области.

Это объясняется сложными географическими условиями: реки, болота, леса, горы и бездорожье способствуют тому, что единственным надежным и удобным видом транспорта являются воздушные авиаперевозки.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» обладает всеми необходимыми производственными мощностями. Эксплуатанту в лице авиакомпании выдано разрешение эксплуатировать для выполнения авиационных работ, перевозок пассажиров, багажа, почты, грузов воздушные суда модели МИ - 8Т РА 24524 максимальной грузоподъемностью и пассажироместимостью 4 тонны, 22 места. Специальным положением по эксплуатации авиакомпании предоставлено право использования аэродромов гражданской авиации на территории РФ, внесенных в реестр гражданских аэродромов.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» зарегистрирована Постановлением градоначальника г. Петропавловска-Камчатского №1727 от 03.06.93г., занесена в реестр гражданских ВС, свидетельство о регистрации и Удостоверение о годности к полетам.

Техническое обслуживание авиационной техники авиакомпания «Камчатские Витязи» производится следующим образом: оперативное – силами инженерно-авиационной службы авиакомпании; периодическое – силами инженерно-авиационного комплекса государственного авиапредприятия «Халатырка» согласно договора № 4 от 01.01.98г. по действующим в ГА регламентам.

Инженерно-авиационная служба /НАС/ авиакомпании «Камчатские Витязи» является ее структурным подразделением. Техническое обслуживание производится на аэродроме «Халатырка». ИАС выполняет следующие виды регламентного технического обслуживания:

- оперативное техническое обслуживание вертолетов МИ –8Т;
- периодическое техническое обслуживание вертолета МИ –8Т;
- сезонное ТО, замена автодвигателей, лабораторные проверки Аи РЭО производятся силами инженерно-авиационного государственного авиапредприятия «Халатырка».

Производственная база НАС имеет все необходимые условия для регламентных и ремонтных работ:

- помещение для инженерно-технического состава;
- раздевалка-сушилка;
- расходная и инструментальная кладовые;
- стоянки вертолетов МИ –8Т.

Помещения находятся рядом со стоянками вертолетов МИ-8Т, имеют электрокаминное отопление.

Перечень производственных сооружений о площадях для ТО вертолетов МИ-8.

	Наименование объекта	Количество		Обеспеченность	
		Размеры			
1	Ангар-укрытие	1		-	Арендуемый
2	Места стоянок для ТО	2		-	А/п Халатырка дог.№4 от 01.01.98г.
3	Оборудование: Приспособление для швартовки	2		2	-
	Устройство заземления	2		2	-
	Электроснаб- жение	1		-	АПА-4Г а/п Ха- латырка дог.№4 от 01.01.98г.
	Освещение	2		Про жек- торы	-
	Связь	2		Ра- дио- теле- фон	-
4	Газовочная площадка	1			а/п Халатырка дог.№4 от 01.01.98г.
5	Другие поме- щения				АПА-4Г а/п Ха- латырка дог.№4 от 01.01.98г.
	Расходная кладовая	1/18м2		-	
	Инструмен- тальная	1/18м2		-	
	Формулярная	1/18м2		-	

Авиационно-техническое имущество, необходимое для оперативного технического обслуживания ВС, а также его месячный неснижаемый запас хранится в расходной кладовой и на складе авиакомпания.

В конце каждого месяца начальник ИАС авиакомпании производит проверку наличия изделий, агрегатов в расходной кладовой согласно перечня неснижаемых запасов.

Учет, маркировка, хранение и выдача со склада запасных частей и материалов в ИАС организуется с учетом требований НТЭРАТ ГА-93.

Управление процессами ТО и Р организуется в соответствии с требованиями НТЭРАТ ГА-93 и производится на основании перспективного/годового/, квартального и месячного планов использования ВС, плана полетов, составляемого накануне. Планы доводятся всему составу ИАС.

Система сбора, обработки и оценки данных по надежности в ИАС авиакомпании организуется в соответствии с требованиями главы 15 НТЭРАТ ГА-93.

В ИАС ежеквартально проводится анализ надежности эксплуатируемого парка ВС. Анализы с намеченными мероприятиями по повышению надежности предоставляются в Камчатское региональное управление ФАС России и доводятся до инженерно-технического состава авиакомпании.

Немаловажное значение в обеспечении надежности полетов имеет метеорологическое обслуживание воздушных судов.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» заключила договор от 01.01.98г. на метеорологическое обслуживание с Камчатским информационным управлением по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды по платному специализированному метеорологическому обслуживанию через подведомственные подразделения/авиа метеостанции и оперативные группы/всех

видов полетов, выполняющихся воздушными судами авиакомпании «Камчатские Витязи».

Данный Договор гарантирует качество метеорологической информации не ниже предусмотренного НМО ГА, а также согласно Договора проводятся занятия с летным составом и обучение корреспондентов методике производства метеорологических наблюдений.

Стоимость специализированного метеорологического обеспечения определена в сумме 33957.1 руб. /тридцать три тысячи девятьсот пятьдесят семь руб.10 копеек/.

Таким образом, производственные мощности авиакомпании «Камчатские Витязи» позволяют обеспечить надежность полетов, достатку пассажиров и грузов.

Согласно Договора от 01.01.98г. между авиапредприятием «Халатырка» и авиакомпанией «Камчатские Витязи», авиапредприятие «Халатырка» осуществляет следующие мероприятия:

- 1/ принимает под охрану воздушные суда заказчика;
- 2/ предоставляет авиакомпании «Камчатские Витязи» услуги по организации оформления перевозок пассажиров, почты, грузов.

РАСЧЕТ ОБРАБОТКИ ГРУЗОВ АП «Халатырка».

Статьи затрат	руб/мес
1. Фонд зар/платы	3700
2. Отчисление на соц.нужды	1443, 00
3. Накладные расходы	3086, 00
Итого:	8229, 00
С учетом рентабельности 20%	9875, 00
НДС 20%	1975, 00
Всего	11850, 00

11850, 00 : 100000 кг = 0 руб 12 коп кг

Согласно Договора от 3 января 1993 года авиапредприятие «Халатырка» обеспечивает авиакомпанию «Камчатские Витязи» поисковыми и аварийно-спасательными заботами, выполняемыми воздушными судами авиапредприятия «Халатырка», которые проводятся с целью спасения пассажиров и экипажей воздушных судов, терпящих или потерпевших бедствие, когда их нахождение неизвестно.

Договором от 18 февраля 1998 года между государственным унитарным авиапредприятием г.П-Камчатского и авиакомпанией «Камчатские Витязи» предусмотрено поисковое и аварийно-спасательное обеспечение полетов, выполняемых авиавоздушными судами авиакомпании «Камчатские Витязи» в районе ответственности ГУАП, т.е. аварийно-спасательные работы производятся в случаях, когда авиационное происшествие произошло на территории или в районе аэродрома и нет необходимости в поиске ВС и людей, потерпевших бедствие.

Медицинское обслуживание личного состава авиакомпании «Камчатские Витязи» осуществляет государственное унитарное авиапредприятие г.Петропавловска-Камчатского согласно Договора от 26.02.98г., которое включает:

- предполетный медицинский осмотр;
- прохождение периодических медицинских освидетельствований;
- профилактическое лечение, медицинские консультации;
- прохождение годовой ВЛЭК.

Калькуляция стоимости прохождения ЗЛЭК летным и диспетчерским составом в МСЧ ПКАП /без учета НДС/

Статьи расходов	Расходы в год в руб.
ФЗП	324860
Отчисления на соц.страх	125070
Амортизация	1360
Пролет в отпуск	4580
Лабораторные исследования	445
Медикаменты и перевяз. Материалы	3723
Ремонт мед.оборудования	390
Износ МИ и БП	1560
Отопление	24820
Электроэнергия	2960
Услуги связи	395
Охрана труда	120
Водоснабжение	1260
Прочие	5830

Средняя численность прохождения ВЛЭК в расчете на год
294 чел. Себестоимость прохождения ВЛЭК 1692

на одного работника 338

рентабельность 20%

Всего 2030

Противопожарное обеспечение полетов ВС авиакомпании «Камчатские Витязи» осуществляется ГАП «Халатырка» согласно договору от 05.01.98 г.

Меры по обеспечению авиационной безопасности разработаны на основании Законодательства РФ и нормативных актов Минтранса и ФАС России, а также ведомственных актов и осуществляется персоналом службы авиационной безопасности государственного авиапредприятия «Халатырка».

Исходя из вышеизложенного, можно констатировать, что авиакомпания «Камчатские Витязи» обеспечена всеми необходимыми производственными мощностями, чтобы обеспечить безопасность предлагаемой услуги - доставки авиапассажи-ров и грузов, а также данные производственные мощности позволяют на перспективу использовать еще 1-2 воздушных

судна типа МИ – 8Т, чтобы удовлетворить потребность населения Камчатки и России в предлагаемых услугах.

Обеспечение контроля качества авиакомпании "Камчатские Витязи"

Основная задача начальника ИАС – выполнение функций по контролю полноты и качества ТО АТ и проведению профилактических мероприятий для поддержания исправности ВС, их работоспособности и обеспечения требуемого уровня по безопасности полетов.

	Начальник ИАС
1.	Личное проведение обязательного контроля качества производственных процессов: монтаж, параметрические замеры, регулировки, проверка работоспособности.
2.	Надзор и выборочные проверки выполнения контрольных функций, относящихся к другим специалистам по технической эксплуатации АТ и производственными контролерами.
3.	Проведение профилактической работы, направленной на предупреждение нарушений правил ТО АТ
4.	Определение перечней операций и работ по ТО, подлежащих контролю ВС при разных формах ТО и взаимодействие с должностными лицами ОТК и производственных подразделений ИАС других авиакомпаний, где выполняется периодическое ТО АТ авиакомпаний по договорам.

	Инженер ОТК по Аи РЭО
1.	Контроль работ по оперативным формам ТО ВС
2.	Контроль качества и приемки от исполнителей работ
3.	Выборочный контроль по регламентным рабо-

	там.
4.	Содержание документации по эксплуатации.
5.	Контроль выборочной проверки знаний технического персонала.
6.	Осуществление контроля наличия судовой и пономерной документации.
7.	Инспекторские осмотры, аттестации качества.
8.	Разработка мероприятий и планов устранения недостатков и замечаний, выявленных комиссиями Камчатского РУ ФАС России, ФАС России, контроль их выполнения.
9.	Составление ежеквартальных и годовых анализов качества АТ в ИАС, доведение их до персонала и рассылка в Камчатское РУ ФАС России.
10.	Разработка мероприятий по повышению качества ТО АТ и совершенствование системы контроля за ее состоянием.

3.6. Конкуренция и рынок услуг.

Согласно концепции маркетинга, успеха добьется та авиакомпания, которая создаст высшую потребительскую ценность и которая удовлетворит потребителя лучше, чем конкуренты. Поэтому авиакомпаниям недостаточно просто адаптировать свои услуги к нуждам конкретного рынка. Они должны добиться стратегического преимущества, позиционируя свои услуги так, чтобы потребителям они казались более привлекательными, чем предложения конкурентов.

В мире пока еще не придумали стратегии борьбы с конкурентами так, чтобы она была хороша для всех компаний. То же самое происходит и среди авиакомпаний полуострова. Поэтому каждая авиакомпания учитывает масштабы своей деятельности по сравнению с конкурентами. И на полуострове

есть авиакомпании, которые занимают доминирующие позиции на этом рынке авиауслуг. Поэтому они могут позволить себе стратегии, которые не может себе позволить авиакомпания «Камчатские Витязи».

К такой авиакомпании относится авиакомпания "Кречет".

Ее базовое расположение г.Елизово. Авиакомпания предоставляет свои услуги туристам по маршрутам: Долина гейзеров, р.Хадутка, р.Гупанова, озеро Курильское.

Не надо быть специалистом в области маркетинга, чтобы оценить маршруты авиакомпании "Кречет". Равной ей в конкуренции авиакомпании на полуострове Камчатка нет.

Тем более, что на данном этапе они владеют государственным заказом на работу по обслуживанию строящегося газопровода. А если учесть, что авиакомпания работает на воздушных судах типа МИ-8Т, то она представляется серьезным конкурентом всем авиакомпаниям полуострова.

Государственное предприятие, авиакомпания «Халатырка» располагается в черте города, что позволяет наравне с авиакомпанией «Камчатские Витязи» осуществлять рейсы в п.Озерную. Учитывая, что авиакомпания имеет свою производственную базу и ей не нужно платить деньги за аренду ангаров, производственных мастерских по техническому обслуживанию вертолетов, они имеют возможность снижать стоимость билета и грузов, т.к. летный час авиакомпании «Халатырка» ниже 8 тысяч рублей.

Серьезным конкурентом авиакомпании «Халатырка» является авиакомпания «Камчатские авиалинии», расположенная на территории аэропорта г.Елизово.

Авиакомпания стремится проникнуть в рыночную нишу по маршруту п.Озерная и продвигает свои авиауслуги в направ-

лении п.Анав-гай, п.Эссо, п.Усть-Хайрюзово, п.Палана и Мильково.

Авиакомпания «Камчатские авиалинии» имеет в своем распоряжении 7 вертолетов МИ-8Т.

ГПКАП /государственное Петропавловск-Камчатское авиапредприятие/для предоставления авиауслуг использует самолеты ЯК-40, Л-410. ГПКАП является основным конкурентом авиакомпании «Камчатские Витязи», т.к. выполняют ежедневные рейсы в п.Озерную.

Но, с другой стороны, пассажирам г.Петропавловска-Камчатского не очень удобно добираться ежедневно в г.Елизово и обратно из г.Елизово, а коммерсантам трудно отправить грузы из-за волокиты на коммерческих складах.

Еще одно неудобство самолета - самолетам необходимы взлетные полосы, а периферийные аэродромы работают до 14:00 часов.

Вертолетам не требуется взлетных полос, они могут приземлиться в самых глухих местах, что удобно для транспортировки грузов.

Поэтому в сравнении с данной авиакомпанией «Камчатские Витязи» занимают более выгодное конкурентное положение. Хотя, чтобы завоевать клиентов на свою сторону, авиакомпании «Камчатские Витязи» пришлось потрудиться над тем, чтобы усовершенствовать удобства клиентов, а именно:

- организовать предоставление клиентам складских помещений бесплатно и круглосуточно, что сразу увеличило приток клиентов;
- организовать по телефонному заказу закупку товаров и отправку их в п.Озерную. Эта дополнительная услуга

также оказалась популярной среди клиентов азиатской компании «Камчатские Витязи».

Эти мероприятия можно назвать удачной стратегией авиакомпании «Камчатские Витязи», которая помогает удерживать стойкое положение среди потенциальных конкурентов.

Самое сложное в конкурентной борьбе авиакомпаний – это потеря рыночной ниши, т.к. рыночная ниша в данном виде конкуренции означает определенный воздушный маршрут.

Поэтому рассматривать своих конкурентов с точки зрения индустрии услуг авиакомпаний полуострова нецелесообразно.

Целесообразней всего рассматривать своих конкурентов с точки зрения рынка, т.к. это поможет оценить рынок сбыта услуг по авиаперевозкам и определить своих конкурентов в области общих задач как своей авиакомпании, так и авиакомпаний конкурентов, которые тоже стремятся удовлетворить те же нужды потребителей т.е. предоставить те же услуги по перевозке авиагрузов и авиапассажиров, что и авиакомпания «Камчатские Витязи».

Но как изучать сильные и слабые стороны своих конкурентов? Обычно это делается на основании личного опыта и непроверенных слухов. По крайней мере, другой модели изучения опыта конкурентов на Камчатке не существует.

Но каждая авиакомпания следит за успехами и неудачами своих конкурентов. Здесь важно удержать своих потребителей на своем воздушном маршруте. Каждая из авиакомпаний полуострова имеет свое конкурентное преимущество. Авиапассажиры быстро улавливают такое преимущество. Возьмем, например, чартерные рейсы. Естественно, пассажирам очень выгодно иметь для своих отправляемых грузов хорошие складские помещения. Авиакомпания «Камчатские Витязи» до-

вольно успешно смогла воспользоваться этой потребительской ценностью.

Но потребительские ценности со временем меняются. Поэтому авиакомпаниям придется внимательно следить за действием своих конкурентов и изучать потребности рынка в авиауслугах, пытаясь проникнуть в новые рыночные ниши и находить новые сегменты рынка. В этом заключаются условия конкуренции.

На сегодняшний день и в нынешней экономической ситуации большинству авиакомпаний не под силу информационно-аналитическая поддержка решения в области конкуренции: бюллетени, рекламные проспекты, отчеты и пр., т.е. в авиакомпаниях нет специализированных подразделений, которые бы занимались сбором и анализом сведений о конкурентах. Можно сказать, что в конкурентной борьбе за место на рынке, авиакомпании более полагаются на интуицию, чем маркетинговые исследования.

Каждая авиакомпания обеспечивает высшую ценность, лидируя среди других по цене на авиабилеты и грузы и удобству. Она работает над снижением издержек и созданием эффективной системы предоставления авиауслуг. Она обслуживает клиентов, которым нужна безопасность полетов, приемлемые цены, своевременная доставка багажа и грузов, а также не требуется больших усилий по доставке грузов непосредственно на воздушное судно.

Каждая авиакомпания обеспечивает высшую ценность благодаря тесной связи со своими клиентами, авиапассажирами, а также путем приспособления своих услуг к нуждам целевых клиентов. Ну, например, туристов, охотников, научных экспедиций, коммерсантов с чартерными грузами.

И хотя сегментирование рынка происходит чисто интуитивно, это объективный процесс в деятельности компаний на рынке авиауслуг.

Понятно, что сегментирование рынка – это разделение рынка на четко обозначенные группы потребителей авиауслуг, которые различаются по своим потребностям, характеристикам, поведению.

На рынке авиауслуг в Камчатском регионе можно выделить следующие сегменты:

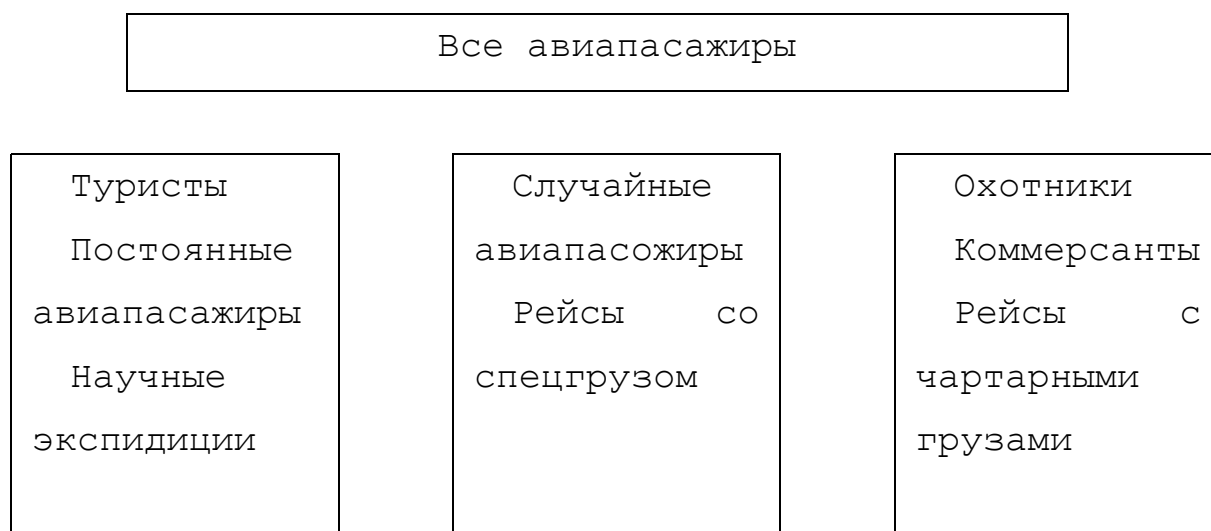
- а/ простые авиапассажиры;
- б/ коммерсанты с чартерными грузами;
- в/ туристы;
- г/ охотники;
- д/ научные экспедиции;
- е/ государственные грузы.

Это, можно сказать, микромаркетинг местного авиарынка, т.е. практика приспособления авиакомпаниями авиауслуг к особым вкусам отдельных групп людей и местного населения.

Сегодня предоставление авиауслуг под заказ является нормальным явлением среди авиакомпаний.

Чтобы выжить в условиях конкуренции, необходимо изыскивать все варианты в области маркетинга.

Такова ситуация на авиарынке услуг и деятельность авиакомпаний в условиях конкуренции.



3.7. Оценка риска и страхование.

Самая главная проблема любой авиакомпании – это авиационные происшествия, которые подрывают доверие потребителей и могут привести авиакомпанию к краху.

Предотвращение авиационных происшествий – это деятельность авиакомпании с активным поиском аварийных факторов и принятие мер по их устранению или избежанию. [6]

Воздушный транспорт оправдывает свое назначение только в том случае, если он гарантирует полную безопасность полета. Воздушный Кодекс РФ так формулирует это положение (ст.27): Целью государственного контроля за деятельностью в области гражданской авиации является обеспечение безопасности полетов воздушных судов, авиационной безопасности и качества работ и услуг. [1]

Современные ВС имеют достаточно высокие летные характеристики, (что касается и авиакомпании "Камчатские Витязи", о чем излагалось выше); необходимые запас прочности конструкции, дублированное управление, двойной комплект пилотажных приборов, высокую энерговооруженность, эффективную противопожарную и противообледенительные системы, гарантирующие высокую надежность полета в различных условиях.

Систематический анализ авиационных происшествий и инцидентов показывает, что в большинстве случаев существуют реальные возможности предотвращения риска. [6]

Основная задача – разработка методов, позволяющих с единых позиций провести строгую классификацию практической эксплуатации различных факторов, влияющих на без-

опасность полета и на этой основе разработать новые, более эффективные мероприятия безопасности полетов. Во всех случаях безопасность полетов обеспечивается функционированием всех элементов авиационнотранспортной системы:

- высоким уровнем подготовки авиационного персонала;
- летной годностью воздушного судна;
- высоким качеством работ по обеспечению полетов наземными службами и при управлении воздушным движением.

В авиакомпании «Камчатские Витязи» разработана целая система обеспечения безопасности полетов, которая включает следующие разделы:

1. Деятельность и мероприятия по предотвращению авиационных происшествий.
2. Мероприятия по профилактике авиационных происшествий.
3. Анализ состояния безопасности полетов авиакомпании.
4. Действия экипажа, терпящего бедствие.
5. Действия должностных лиц авиакомпании при авиационных происшествиях или инцидентах.
6. Действия дежурного командира при получении информации об авиационном происшествии/АП/. У11. Действия директора авиакомпании при АП.
7. Действия начальника ИАС при АП.
8. Действия советника по безопасности полетов и других должностных лиц при АП. и повреждении воздушного судна.
9. Действия экипажа воздушного судна.

В авиакомпании «Камчатские Витязи» введена должность советника по безопасности полетов, призванного заниматься вопросами предотвращения авиационных происшествий.

Но, пока будут существовать воздушные перевозки, будут сохраняться и возможность авиационных происшествий.

Еще во времена вавилонского царя Хаммурапи (более 2000 лет до н.э.), участники торговых караванов заключали между собой договор, в котором стороны соглашались сообщать убытки, наступавшие у кого-либо из участников в результате ограбления, кражи или пропажи товара. По свидетельству Талмуда, подобные договоры заключались в Палестине и Сирии на случай риска.

Соглашения о взаимном распределении убытков от кораблекрушения и иных опасностей, подстерегавших мореплавателей, заключали между собой купцы Финикии.

Эти примеры доказывают, что с того момента, как человечество занялось предпринимательством, опасность риска существовала и будет существовать всегда, независимо от того, каким средством передвижения пользуются потребители: мулом, верблюдом, кораблем или воздушным судном.

Жизнь, особенно в наше непростое время, полна неожиданностей. В этих случаях человек пытается заранее обезопасить себя или свести риск к минимуму.

Страховой риск – это предполагаемое событие, на случай наступления которого производится страхование.

Страхование в современном нам понимании зародилось в XVII веке, сейчас оно приняло крупные масштабы.

Риск – событие только предполагаемое, а не реальное, он может иметь различные степени вероятности и влечь за собой различные по размеру убытки. Это и позволяет оценивать риск (ст.945 ГК).[2] В период действия страхования риск может изменяться как в сторону уменьшения, так и увеличения (ст.959 ГК).[2] Оценка страхового риска является правом страховщика.

Авиакомпания «Камчатские Витязи» заключила Договор страхования членов трудового коллектива со страховой компанией «Камчат АФЕС». Летный состав в количестве 9 человек застрахован на 83490000 рублей каждого от несчастного случая при исполнении служебных обязанностей.

Страховой платеж, начисленный по ставке 1,5% составляет десять миллионов сто сорок четыре тысячи рублей.

При наступлении страхового случая страховщик выплачивает страховое возмещение :

- при летальном исходе - 100%
- при получении инвалидности - 75%
- при получении легкой травмы - до 25%. /Страховой случай - фактически наступившее событие, которое предусмотрено законом или договором страхования и влечет возникновение обязанности страховщика произвести страховую выплату/.

Страховая компания «Камчат АФЕС» выдала авиакомпании «Камчатские Витязи» страховой полис за № 000932 по данному виду страхования.

Авиакомпанией «Камчатские Витязи» заключен договор об обязательном личном страховании пассажиров воздушного транспорта с Российским страховым обществом «Авиационный Фонд Единый Страховой (РСО «АФЕС») на внутренних линиях в соответствии с указами Президента РФ № 750 от 07.07.92г. "О государственном обязательном страховании пассажиров".

Объектом страхования в данном договоре являются имущественные интересы пассажиров, их жизнь и здоровье.

Страховая сумма на одного застрахованного пассажира установлена в размере 120 установленных законом на дату

приобретения страхового документа минимальных размеров оплаты труда. Размер страхового взноса составляет 2000 руб. на одного застрахованного, при этом:

- доля расходов страховщика на ведение дела составляет 5%;
- доля отчисления в резерв предупредительных мероприятий составляет 80%, из которых 60% используются ФАС России, а 20% - Страховщиком для финансирования мероприятий, направленных на предупреждение несчастных случаев на воздушном транспорте;
- нетто - ставка составляет 15%.

Договором № С240063010 об обязательном страховании между РСО "АФЕС" и авиакомпанией "Камчатские Витязи" было заключено обязательство о возмещении ущерба, нанесенного пассажирам и грузовладельцам при перевозке их вертолетом типа МИ-8.

Лимит ответственности по данному договору - общий разовый - 1965000000 руб. за каждый страховой случай или серию случаев в результате одного происшествия; размер страхового взноса - 8444000 руб.:

первый взнос - 3844000 руб.

второй взнос - 2500000 руб.

третий - 2500000 руб. в течение года.

Объектами страхования являются:

1. вертолет МИ-8Т № 24408;, заводской номер 986251174, 1986 года постройки; страховая сумма составляет 300000 (триста тысяч рублей) страховой полис № 80050086 ГО;

2. вертолет МИ-8 бортовой номер ЗА 24524 на страховую сумму 500000 /пятьсот тысяч руб./ страховой полис № с 1660.

По всем видам страхования авиакомпания "Камчатские Витязи" имеет страховые полисы, т.е. документы, подтверждающие факт заключения договора, который составляется на основании гражданского законодательства /ст.428 ГК и ст.943 п.3 ГК/ и который действует в течение предусмотренного в нем срока.[2]

Все договоры страхования, названные выше, можно отнести к рисковым, т.к. они предполагают страховую выплату только при наступлении страхового случая, который может и не наступить.

Как мы уже отмечали, страховой случай может не наступить при эффективном обеспечении всех служб авиакомпании безопасности полетов, для чего разработана целая система мероприятий.

3.8. Финансовый план.

При составлении финансового плана авиакомпании "Камчатские Витязи" следует исходить из следующего:

Авиакомпания представляет услуги населению на авиаперевозки, поэтому в основу всех доходов закладывается летный час, т.е. цифра, определяющая количество летных часов в год.

Количество летных часов в год распределяется не равномерно по кварталам, т.к. данные услуги носят фактически сезонный характер, но в год количество л/часов составляет примерно 560 л/час.

Особенно интенсивными бывают 2 и 3 кварталы, 1 и 4 с малым количеством л/час.

Даже если исходить из планирования получения предполагаемой прибыли до 2003 года, необходимо учитывать следующие факторы:

- 1/ политический/политическую стабильность/;
- 2/ культурный;
- 3/ социально-экономический;
- 4/ географический;
- 5/ уровень снижения себестоимости;
- 6/ разумное использование сезонности.

а/Авиакомпания «Камчатские Витязи» при условии покупки одного вертолета в 2000 году может иметь прибыль 3927083 руб с учетом инфляции 30% и НДС 20%.

б/ В 2001 году при условии 4 единиц вертолетов, НДС 20% и инфляции 5% (если экономическая ситуация в России стабилизируется) прибыль авиакомпании достигнет 3992534, 3 руб.

в/ К началу 2003 года при тех же условиях, но с покупкой 5 единиц вертолета, прибыль авиакомпании достигнет 4990667, 8 руб., т.е. предполагаемый доход авиакомпании при стабильной политической и социально-экономической ситуации может увеличиться на 54, 3%.

За отправную точку расчета были взяты:

- 1/ четные часы в год с увеличением одной единицы МИ-8Т ежегодно, что и планирует авиакомпания, т.к. к 2003 году иметь 5 МИ-8Т;
- 2/ летных часов примерно 1000-1200 л/часов в год;
- 3/ при условии закрепления в прежних рыночных нишах и освоением новых рыночных ниш: Северные Курилы, центр Камчатки;
- 4/ при условии поиска новых сегментов рынка/например, государственных заказов/;
- 5/ внедрение дополнительных услуг к основным услугам;
- 3/ распространение рекламы в более широком масштабе.

Цифровые показатели текущих финансовых расчетов плана представлены в стандартной форме плановых показателей.

Все цифры плана реальны.

Заключение .

Исходя из положений дипломной работы, можно сделать следующие выводы:

1. Для предпринимательства и бизнеса, чтобы выжить в условиях конкуренции, необходимо ориентироваться не только в настоящем, но и прогнозировать будущее.

Большие фирмы и предприятия разрабатывают долговременные стратегии которые бы позволили оперативно реагировать на меняющиеся условия рынка. Каждая фирма должна найти свой стиль работы, наилучшим образом учитывающий специфику условий, возможностей и ресурсов.

Но даже в малом бизнесе нельзя обойтись без планирования, так как планирование является основой деятельности предприятия.

2. Бизнес-план выступает как объективная оценка собственной предпринимательской деятельности фирмы и в то же время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка.

3. Целью бизнес-плана может быть получение кредита или привлечение инвестиций, определение стратегических и тактических ориентиров фирмы, а также решение стратегических и тактических задач, стоящих перед предприятием независимо от его функциональной ориентации:

- организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка состояния предприятия;
- выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности, анализ сильных и слабых сторон;
- формирование инвестиционных целей на планируемый период;

В бизнес-плане обосновывается:

- общие и специфические детали функционирования предприятия в условиях рынка;
- выбор стратегии и тактики конкуренции;
- оценка финансовых, материальных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения цели предприятия.

4. Бизнес-план дает объективные представления о возможностях развития производства, способов продвижения товара на рынок, ценах, возможностей прибыли, основных финансово-экономических результатах деятельности предприятия, определяет зоны риска, предлагает пути их снижения.

5. Бизнес-план используется независимо от сферы деятельности, масштабов, формы собственности и организационно – правовой формы компании. В нем решаются как внутренние задачи, связанные с управлением предприятия, так и внешние, обусловленные установлением контактов и взаимопонимания с другими фирмами и компаниями.

6. Степень детализации в бизнес-плане может быть различной: в одном случае меньший объем разработки, в другом – все разделы и в полном объеме, проводя для этого трудоемкие и сложные исследования.

7. Основные рекомендации при его разработке: краткость; лаконичность; доступность в изучении и понимании не только специалистам, но и широкому кругу людей; убедительным, без изобилия технических подробностей, пробуждать интерес у партнера.

8. Бизнес-план является принципиально новым явлением для российской экономики в переходный период к рыночным отношениям. В традиционном для отечественной экономики планирования оценке экономической эффективности проекта

уделялось несколько страниц. Этого было вполне достаточно в условиях централизации.

Но в новых условиях необходима детальная характеристика будущего предприятия, анализ проблем, с которыми оно может столкнуться, а также определение способов решения этих проблем.

В дипломной работе были рассмотрены следующие задачи:

- Определить значение планирования в целом и бизнес-плане в частности, а также современные требования к планированию.
- Составить бизнес-план в соответствии с этими требованиями.
- Определить степень актуальности проблемы современного планирования и прогнозирования.

Для этого было много уделено значения теоретическим концепциям по разработке Э.А.Уткина, М.И.Баканова и других экономистов.

Очень помогли работы Ф.Котлера, Г.Амстронга, В.Вонг, Д.Сандерсс по основе маркетинга.

Надо отметить что работы зарубежных экономистов были доступны и лаконичны.

Также детально прорабатывались материалы и документы авиакомпаний «Камчатские Витязи».

При составлении бизнес-плана были вскрыты и проанализированы трудности, с которыми сталкиваются отечественные предприниматели в своей предпринимательской деятельности. При наличии эффективного планирования на предприятии и бизнес-плана в частности есть возможность для руководства более точно определить вклад персонала в достижении производственных и социальных целей.

Бизнес-план является инструментом стратегического планирования и главным механизмом анализа состояния предприятия, что позволяет преодолевать кризисные явления, происходящие в экономике и своевременно определить стратегию выживания предприятия, фирмы в современных условиях.

Эффективное планирование является инструментом, помогающим избежать банкротства и краха в условиях жесткой конкуренции.

Список литературы:

1. Законодательные, нормативные, распорядительные акты, документальные источники.

- 1.1. Воздушный кодекс РФ. – М. 1996
- 1.2. Гражданский кодекс РФ – М. 1997 ч.1
- 1.3. Документы авиакомпании «Камчатские Витязи»
- 1.4. Закон РФ «Об акционерных обществах» Известия 12 сентября 1997
- 1.5. Постановление Правительства РФ №498 от 20.05.94 «О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятий».
- 1.6. Приказ Федеральной Авиационной службы РФ №14 от 22.06.1996 «Об обеспечении контроля финансово-экономического состояния авиапредприятий»

2. Монографии, статьи.

- 2.7. Ансофф И. Стратегическое управление – М. 1989
- 2.8. Аринушкин И. Балансы акционерных предприятий – М. Правоведение 1996
- 2.9. Баканов М.И. и др. Теория экономического анализа – М. Финансы и статистика 1998
- 2.10. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента – М. Финансы и статистика 1998
- 2.11. Герчикова И.Н. Менеджмент. – М. ЮНИТИ 1995
- 2.12. Доил Д. Как создать предприятие: Пер. с англ. – Таллин. 1991
- 2.13. Донцова Л.В. Никифорова Н.А. Составление и анализ годовой бухгалтерской отчетности – М. ДИС 1997
- 2.14. Едророва В.Н. Мизиковский Е. А. Учет и анализ финансовых активов – М. Финансы и статистика 1995
- 2.15. Ефимова О.А. Как анализировать финансовое состояние предприятия – М. Перспектива 1995

- 2.16. Ефимова О.А. Финансовый анализ – М. Финансы 1997
- 2.17. Зайцев Н. Л. Экономика промышленного предприятия – М. 1998
- 2.18. Зудилин А.П. Бухгалтерский учет на капиталистических предприятиях – М. УДНЮ 1990
- 2.19. Максимова И.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия – М. Маркетинг 1996
- 2.20. Мамедов О. Ю. и др. Современная экономика. Ростов-на-Дону Феникс 1998
- 2.21. Минаева Э.С. Антикризисное управление – М. БЕК 1999
- 2.22. Пратт Ш.П. Оценка бизнеса. Анализ и оценка закрытых компаний – М. Ин-т экономического развития Всемирного банка 1994
- 2.23. Стоянова Е.А. Финансовый менеджмент в условиях инфляции – М. Перспектива 1994
- 2.24. Теория и практика антикризисного управления. Под ред. Беляева С.Г. Кошкина В.И – М. ЮНИТИ 1996
- 2.25. Эйити Я. Организация и управление производством. Курс менеджмента – Изд. МИД Японии 1995

3. Зарубежные издания на иностранных языках.

4. Периодические издания.

Известия от 11 января 1989

Московская правда от 10 января 1992

Проблемы теории и практики управления 2000

Экономист 2000

Приложения .

Приложение №1

К Инструкции о порядке
начисления, уплаты страхо-
вых взносов, расходования
и учета средств государ-
ственного социального
страхования

ФОНД СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СТРАХОВОЕ СВИДЕТЕЛЬСТВО

Настоящее свидетельство удостоверяет факт регистрации
юридического лица в качестве страхователя в исполнитель-
ном органе Фонда социального страхования Российской Феде-
рации.

1. Страхователь (полное и сокращенное наименование)	ООО «Камчатские витязи»
Юридический адрес	П-К Топоркова 10
Телефон, факс	58340
ИНН	4101020032
Банковские реквизиты (расчетный счет, наименование банка, БИК)	4070218474959000 №8565 АКБ СБ РФ
2. Размер страхового тарифа по государственному социальному страхованию	5.4%
3. Класс профессионального риска	04
Код по ОКОНХ	51300
Код по ОКПО	22909366
Размер страхового тарифа от-расли	1.4%

4. Срок уплаты страховых взносов за каждый истекший месяц	Уплатить не позднее 10 числа следующего месяца
5. Срок предоставления расчетных ведомостей по средствам Фонда социального страхования Российской Федерации (форма 4ФСС РФ) за каждый истекший квартал	Представлять не позднее 15 числа следующего за истекшим кварталом месяца (15.04, 15.07, 15.10, 15.01)
б. Исполнительный орган Фонда (полное наименование)	Камчатское региональное отделение Фонда социального страхования Российской Федерации
Юридический адрес	г.Петропавловск-Камчатский 683000 ул.Ленинская 18
Телефон, факс 2-45-59	2-37-06, 2-84-63, 2-81-16, 2-83-84 2-52-76, 2-87-05, 2-81-80
ИНН	4100001358
Банковские реквизиты (расчетный счет, наименование банка, БИК)	Р/с 40402810000000000001 ГРКЦ ГУ ЦБ РФ по Камчатской области, 043002001

Размер тарифов страховых взносов в Фонд социального страхования Российской Федерации устанавливается ежегодно соответствующими Федеральными законами.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ АВИАПРЕДПРИЯТИЯ.

Раздел 1. Общая характеристика авиапредприятия.

1.1. Наименование предприятия: Общество с ограниченной ответственностью Авиакомпания «Камчатские Витязи»

1.2. Дата регистрации, номер регистрационного свидетельства, наименование органа, зарегистрировавшего предприятие: Зарегистрировано 03.06.93 года № 1727 , Постановление градоначальника города Петропавловска -Камчатского

1.3. Организационно-правовая форма предприятия:

Общество с ограниченной ответственностью

1.4. Форма собственности предприятия: частная

1.5. Почтовый и юридический адрес предприятия: индекс 683031 , Россия , Камчатская область, г. Петропавловск - Камчатский , ул. Топоркова 10

1.6. Основной вид деятельности: транспорт

1.7. Сведения об учредителях, владеющих более 5% акций:
Нет

1.8. Банковские реквизиты; Расчетный счет № 40702810350221800014 в Камчатском отделении АК СБ РФ № 8556 БИК 043002602 , кор. счет 30101810600000000602 ГРКЦ ГУ ЦБ по Камчатской области инн-4101020032

1.9. Адрес налоговой инспекции, контролирующей предприятие: Управление Министерства РФ по налогам и сборам по Камчатской области 683024, г. Петропавловск-Камчатский, пр. Рыбаков, 13, корпус «Б».

1.10. Наличие акта ФУДН и его территориальных агентств:

Нет

Раздел 2 Структура активов и пассивов предприятия

Показатели	Годы								
	1999				2000				2001
	1-й	2-й	13-й	4-й	1-й	2-й	3-й	14-й	ГОД
1	3	4	5	6	7	8	9 I	10	11
АКТИВ									
ротные									
Активы,	13378	13806	13468	27964	13806	46498	40753	49766	11959
1.1.В том									
Основные									
по остаточ-									
Стоимости	13378	13806	13468	11841	46498	27964	11959	49005	27964
2.0оборотные									
активы, всего	27926	27964	46498	11959	27964	27926	27122	66949	11959
ВТ. Ч.									
2.1.Запасы и									
затраты	16085	16782	31720	11959	27926	27926	12575	51624	27926
2.2.Денежные									
средства,									
и прочие ак-	11841	27964	14777	11841	27964	27926	14547	15325	27964
ВТ. Ч.									
2.2.1.Денеж-									
средства и									
срочные фин.									
вложения	11696	10353	12884	27926	13806	27926	10397	63000	11841

капитал	54701	54701	54701	54701	54701	54701	54701	54701	74701
1	3	4	5	6	7	8	I	10	11
накопле									
ния и соци-									
сферы	0	0	0	0	0	0	0	0	0
пределен									
ная прибыль	8653	0	0	0	0	0	54385	40315	18666
6. Расчеты и									
пассивы	34769	39297	56126	50277	38271	49174	57734	10701	43400
в том числе									
6.1 Долго-									
кредиты и	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6.2. Кратко-									
кредиты и	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6.3. Креди-									
задолжен-									
и прочие									
срочные пас-	32413	33752	48921	50277	38271	49174	57734	35236	19400
в том числе									
6.3.1 .Про-									
кредиторская									
задолжен-	21128	21408	31742	20965	13031	15515	25197	18787	50000
6.3.2. Задол-									
ность по									
труда	22124	35369	38680	35863	45495	33254	50788	49253	35000
6.3.3. Задол-									
ность перед									
бюджетны									
ми фондами	90730	88076	13311	89092	10382	10148	13004	11523	79000

7. ИТОГО	41304	44967	61796	55947	43941	54844	68842	11671	69737
1	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7.1. В том числе сумма пассивов, используемых при расчете чистых активов	34769	39297	56126	50277	38271	49174	57734	10701	43400
5	8	0	3	2	7	1	46	0	
БАЛАНС	41304	44967	61796	55947	43941	54844	68842	11671	69737
9	9	1	4	3	8	7	62	0	

Раздел 3 Структура затрат.

Показатели	годы								
	1999				2000				2001
1	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Расходы на авиаперевозки, производство работ, услуг, всего	52782	11169	18372	25309	56126	12332	21220	29071	20115
4	29	01	71	1	17	54	31	00	

1.1. В том числе материальные затраты, всего	31814 2	65122 1	11520 06	16954 30	34816 8	80212 5	13926 57	19545 00	14476 50
1.1.1. Расходы на авиаГСМ	12932 1	32518 6	57844 6	86271 4	12782 3	34137 4	53719 7	73575 4	55800 0
1.2. Затраты на оплату труда	78505	21660 2	38583 2	59148 5	13063 5	27518 7	47603 7	59521 2	29565 0
1.3. Отчисления на социальные нужды	30202	83235	14862 3	22678 0	46193	10330 5	18014 5	23113 3	11655 0
1.4. Амортизация основных средств	2704	5677	8716	12963	3329	6658	9979	36633	39600
1.5. Прочие	98271	16019 4	14202 4	4313	32936	45942	63236	89653	11205 0

Раздел 4.

Показатели	годы								
	1999				2000				2001
1	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Выручка от реализации (без учета НДС)	66543 3	11175 17	18851 15	25879 63	55047 7	12400 64	22301 70	29525 23	27083 33
2. Результат от реализации прибыли (+) или убыток (-)	25050	- 13645	12438	56992	- 10784	6847	10811 6	10164 5	38433 4
3. Балансовая прибыль	16231	- 31861	- 18179	14850	- 20091	- 16564	69345	45392	34133 4
4. Налог на прибыль	5681	-5681	0	2599	13063 5	27518 7	12124	-4180	8616
5. Отвлеченные средства	1897	6022	16824	21809	1736	2688	7487	9257	14604 9
6. Нераспределенная прибыль (убытки) отчетного периода	8653	- 32202	35003	-9558	- 21827	- 19252	48734	40315	18666 9

ленные платежи в фонд обяза- тельного меди- цинского стра- хования									
2.4. Начис- ленные	3052	8538	15047	20807	4463	10435	17498	23153	21000
взносы в фонд социаль- ного страхова- ния	5362	13591	23354	31210	6695	14201	24796	34059	31000
2.5. Начис- ленные взносы в фонд занято- сти.	2085	4371	7084	8669	1860	3934	6877	9409	8600

Раздел 5. Труд и заработная плата.

	1999				2000				2001
1	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Средне- списочная чис-	23	20	22	25	26	29	20	25	23

ленность ра- ботников, всего									
1.1. В том числе по основной дея- тельности	23	20	22	25	26	29	20	25	23
2. Фонд зар- платы, всего	78505	21660 2	38583 2	59148 5	12028 7	26483 9	46568 9	59521 2	56326 5
3.1. В том числе по основной	78505	21660 2	38583 2	59148 5	12028 7	26483 9	46568 9	59521 2	56326 5

1	3	4	5	6	7	8	9	10	11
деятельности	78505	21660 2	38583 2	59148 5	12028 7	26483 9	46568 9	59521 2	56326 5
4. Средняя заработная плата работни- ка	1138	1805	1949	1972	1542	1522	2587	1984	2041

4.1. В том числе по основной деятельности	1138	1805	1949	1972	1542	1522	2587	1984	2041
5. Выплаты социального характера, всего	0	735	0	0	0	0	0	0	0
5.1. В том числе по основной деятельности	0	735	0	0	0	0	0	0	0
6. Средняя величина социальных выплат работникам	0	12	0	0	0	0	0	0	0
6.1. В том числе по основной деятельности	0	12	0	0	0	0	0	0	0
7. Средний	1138	1817	1949	1972	1542	1522	2587	1984	2041

доход работни- ка от оплачи- ваемой работы на предприятии									
7.1. В том числе по основной дея	1138	1817	1949	1972	1542	1522	2587	1984	2041

Раздел 6. Критерии финансово-экономического состояния

Показатели	Г				О				Д				Ы	
	1999								2000				2001	
	1-й	2-й	3-й	4-й	1-й	2-й	3-й	4-й	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	
	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	КВ-Л	
1	3	4	5	6	7	8	9	10	11					
1. Коэффици- ент текущей ликвидности	0,9	0,8	1	0,8	0,7	0,9	1,2	1,9	2,8					
2. Коэффици- ент обеспечен- ности соб- ственными обо-	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2					

ротными сред- ствами									
3. Коэффици- ент обеспечен- ности соб- ственными и долгосрочными заемными обо- ротными сред- ствами	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2
4. Уровень задолженности по выплате за- работной платы	0,8	1	0,9	0,7	0,8	0,9	0,7	1	0,7
5. Уровень задолженности по платежам в бюджет и вне- бюджетные фон- ды	0,5	0,4	0,6	0,4	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4

ДОПОЛНИТЕЛЬ- НЫЕ КРИТЕРИИ									
6. Стоимость чистых активов	44746	17779	17583	47033	25206	41212	10141 8	97016	24337 0
7. Коэффици- ент финансовой независимости	0,16	0,14	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2	0,4
8. Коэффици- ент финансовой стабильности	0,16	0,14	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2	0,4
9. Коэффици- ент аб. Лик- видности	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,4	0,3	0,3
10. Коэффици- ент текущей ликвидности, определенной без учета про- сроченной де- биторской за- долженности	0,9	0,8	0,9	0,8	0,8	0,8	1,8	2,3	2,8

11. Период погашения дебиторской задолженности	0,7	1,1	0,9	0,8	0,7	0,9	0,5	1,1	0,6
12. Период погашения кредиторской задолженности.	56,3	29,7	20,7	56,7	29,5	32,3	19,3	21,8	62
13. Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности	0,55	0,3	0,7	0,5	0,7	0,8	0,5	0,9	3,5