

**Экономическое обоснование  
необходимости выполнения рейса по  
направлению Санкт-Петербург- Воркута, с  
использованием самолета типа CRJ200  
авиакомпанией ТРАНСАЭРО**

**Трансаэро** (юридическое название *ОАО Авиакомпания "Трансаэро"*) — крупнейшая частная российская авиакомпания. Базируется в московских аэропортах Внуково и Домодедово, а также в петербургском аэропорту Пулково. Выполняет пассажирские и грузовые рейсы по России, а также международные рейсы средней и большой протяженности в страны Европы, Азии, Северной и Латинской Америки. Флот авиакомпании составляет свыше ста воздушных судов



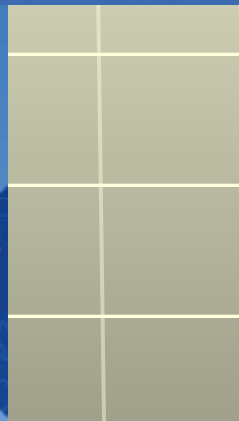
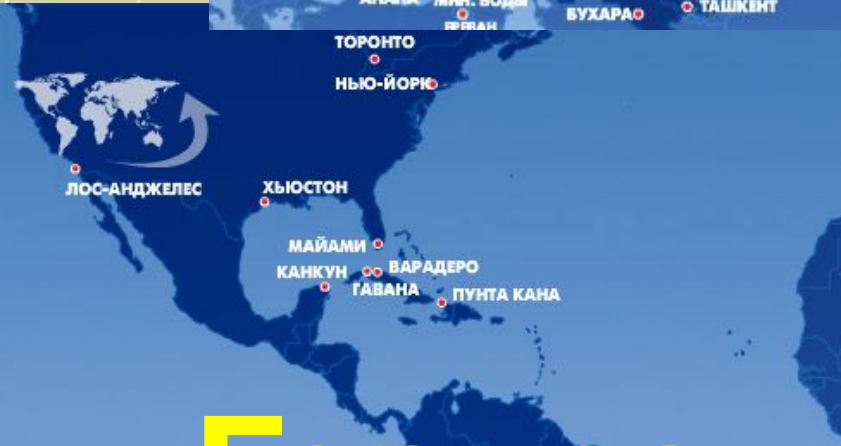
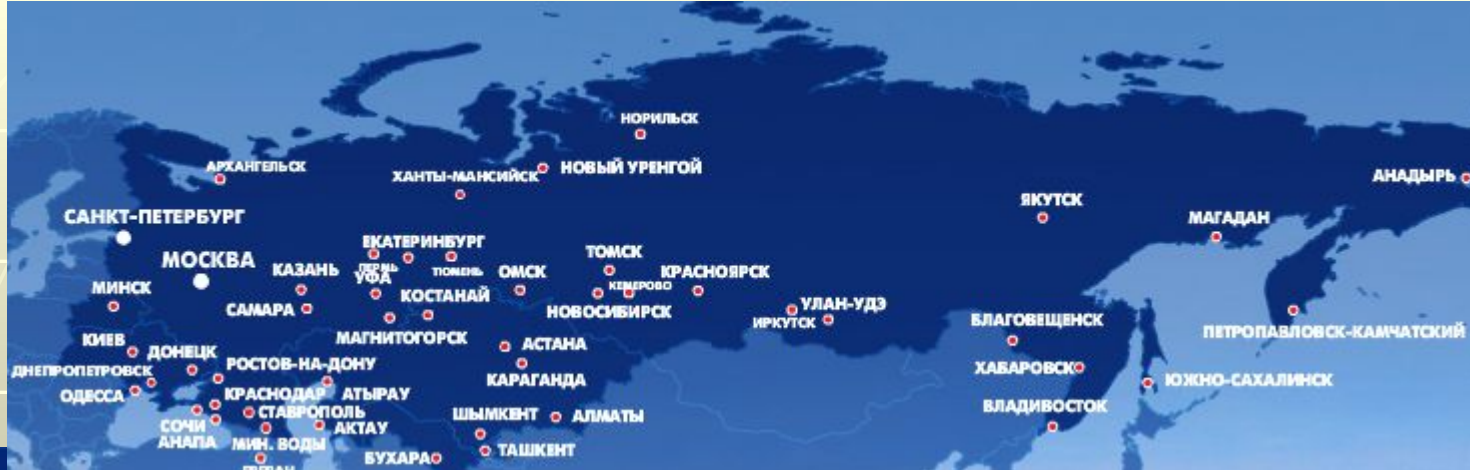
Авиакомпания обладает самым большим парком широкофюзеляжных дальнемагистральных воздушных судов в России, СНГ и Восточной Европе. Она также является единственным в этом регионе эксплуатантом пассажирских самолетов Boeing 747.

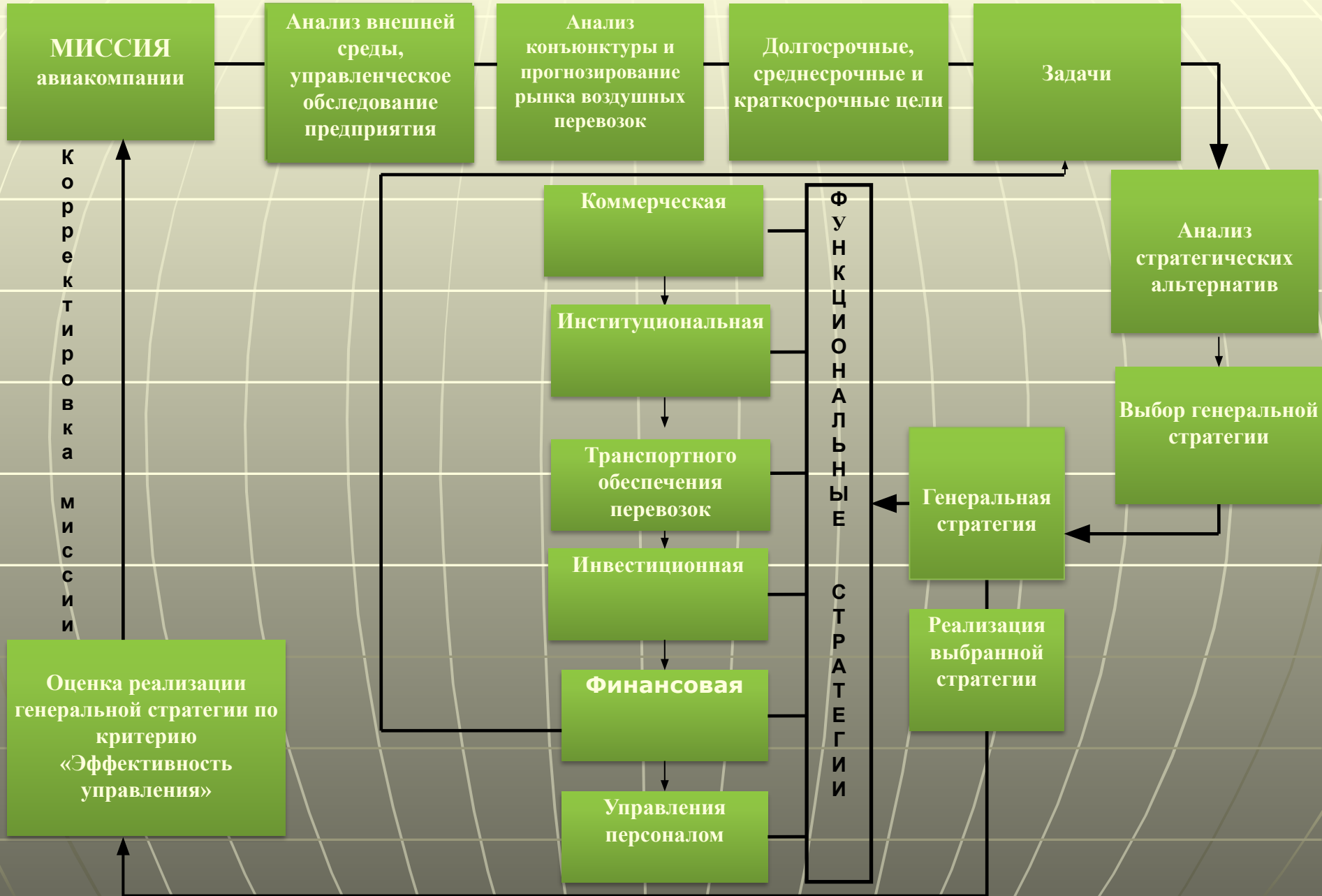
Стратегия комплектования флота авиакомпании «Трансаэро» основывается на трех главных принципах: безопасность, комфорт и постоянное совершенствование.

Парк авиакомпании состоит из 103 современных авиалайнеров, в который входят самолеты: Boeing 777, Boeing 747, Boeing 767, Boeing 737, Ту-214 и два грузовых Ту-204С. Такое гармоничное сочетание различных типов воздушных судов позволяет авиакомпании в максимальной степени удовлетворить потребности пассажиров на различных маршрутах. Парк «Трансаэро» постоянно пополняется, в первую очередь, за счет дальнемагистральных самолетов нового поколения.



# География полето





# Миссия и основные направления развития Авиа- компаний

Миссия «ТРАНСАЭРО» – предоставление клиентам надежных и качественных путешествий с всесторонним повышением доступности и удобства своего сервиса.

# Цель авиакомпании

Развитие и поддержание безопасности и  
качества авиаперевозок

# Стратегические приоритеты

Постоянное развитие маршрутной сети и  
продукта с повышением эффективности  
деятельности предприятия.



# Стратегические задачи

- В основе корпоративной культуры авиакомпании «ТРАНСАЭРО» лежит философия, определяющая приоритеты деятельности всех сотрудников компании:
- **Клиент | Безопасность | Стабильность | Современность | Открытость**
- **Клиент** – управление взаимоотношениями с клиентами является частью бизнес стратегии компании, целью которой является создание, развитие и укрепление отношений с клиентами, повышение удовлетворенности клиента.
- **Безопасность** – разработка, внедрение и развитие стратегии, систем и методов управления, а также соответствующих процессов для того, чтобы все клиенты и весь персонал компании были уверены в том, что наша деятельность полностью соответствует высокому уровню безопасности, и аналогичные требования предъявляются ко всем поставщикам услуг.
- **Стабильность** – заложенные основы, подкрепленные приобретенным опытом, позволяют нам двигаться вперед.
- **Современность** – мы всегда идем в ногу со временем и на шаг впереди. Наша работа служит для других эталоном.
- **Открытость** – мы открыты для сотрудничества. Мы открыты для наших клиентов, мы открыты для наших поставщиков, мы открыты для России, мы открыты для всего Мира.

# Пассажирооборот

Рейтинг авиакомпаний по пассажирообороту (млрд пасс. км)

	Общий пассажирооборот		Международные перевозки		Внутренние перевозки	
	2011 г.	2012 г.	2011 г.	2012 г.	2011 г.	2012 г.
«Аэрофлот» - российские авиалинии»	42,0	50,5	28,6	35,0	13,4	15,6
«ТРАНСАЭРО»	33,2	41,0	25,9	32,4	7,3	8,6
«Сибирь (S7)» + «Глобус»	14,0	17,6	4,1	5,9	9,9	11,7
«ЮТэйр»	11,1	15,2	3,9	6,2	7,2	8,9
«Россия»	7,2	8,8	4,7	5,7	2,5	3,0
Всего по пятерке лидеров	107,5	133,1	67,2	85,2	40,3	47,8
Прочие	59,3	62,7	33,2	39,1	26,1	23,7
Все компании	166,8	195,8	100,4	124,3	66,4	71,5

Источник: Транспортная клиринговая палата (ТКП)



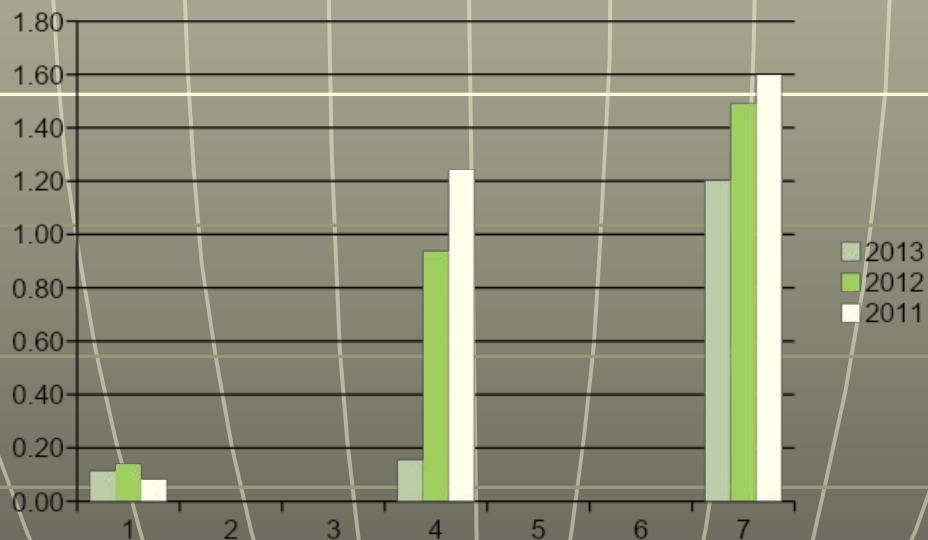
# Ключевые производственные показатели

## Ключевые показатели деятельности

	Единицы измерения	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Перевезено пассажиров	чел.	4 852 887	5 025 965	6 646 538	8 453 371	10 327 560
Перевезено грузов и почты	тонн	24 259	29 355	40 139	51 349	65 874
Выполненный пассажирооборот	тыс. пасс. км	17 548 908	18 732 965	26 294 003	33 179 927	41 003 886
Коэффициент занятости кресел	%	82,6%	81,5%	83,7%	82,9%	82,5%
Выполненный тоннокилометраж, всего	тыс. ткм	1 709 433	1 856 770	2 600 881	3 280 060	4 071 991
Коэффициент коммерческой загрузки	%	66,30%	68,10%	67,80%	63,33%	63,30%
Среднесписочная численность сотрудников	чел.	4822	4918	7050	8980	9935
Выручка от основной деятельности	тыс. руб.	37 404 745	38 653 796	60 865 495	86 494 353	97 610 060
Прибыль от продаж	тыс. руб.	1 830 649	3 532 957	2 653 372	2 418 558	6 993 122
Чистая прибыль	тыс. руб.	109 409	393 128	580 768	1 831 925	901 969
Валюта баланса	тыс. руб.	21 774 976	26 451 158	43 287 662	65 777 741	81 613 579
Стоимость чистых активов	тыс. руб.	4 910 494	6 013 795	11 121 101	20 204 483	26 508 078

# Расчет показателей ЛИКВИДНОСТИ

Расчет показателей ликвидности	2013г	2012г	2011г
1. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,11	0,14	0,08
2. Коэффициент средней ликвидности	0,16	0,94	1,24
3. Коэффициент текущей ликвидности	1,20	1,49	1,60



# Расчет ликвидности за 1 год (ранжирование)

<b>АКТИВЫ</b>				
	начало года		конец года	Изменения
A1	Наиболее ликвидные активы - денежные средства и краткосрочные фин. вложения	3497593	4349837	-852244
A2	Быстрореализуемые активы - дебиторская задолженность (менее 12 мес. ), прочие оборотные активы	22823968	28289548	-5465580
A3	Медленно реализуемые активы - дебиторская задолженность (более 12 мес. ), НДС, запасы	27446596	28620023	-1173427
A4	Труднореализуемые активы - внеоборотные активы	2846662	10162501	-7315839
<b>Пассивы</b>				
П1	Наиболее срочные обязательства - кредиторская задолженность	11401089	20758821	-7436268
П2	Краткосрочные обязательства - краткосрочные кредиты и займы	13322553	7345349	5977204
П3	Долгосрочные обязательства	7363121	17230799	-9867678
П4	Собственный капитал - собственный капитал, с учетом убытков, доходов будущих периодов, резервов предстоящих расходов	9702081	11217270	-1515189

# Маржинальный анализ

Год	2013	2012
Валовая маржа	25959783	18952767
Коэффициент вал моржи	0,300133	0,311388
Порог рентабельности	78436047	52344372
Запас финансовой прочности средств	8058306	8521123
Прибыль от продаж	2418561	2653373
Рентабельность продаж (%)	2,796207	4,359404

# Расчет показателей деловой активности

	2013	2012	2011
Показатель оборачиваемости Дебиторской задолженности	3,06	2,67	21,82
Показатели оборачиваемости кредиторской задолженности	4,16	2,46	64,98
Показатель оборачиваемости оборотных активов	2,53	1,97	16,93
Коэффициент трансформации капитала	1,86	1,73	16,91

# Бизнес идея

- Наш инновационный проект посвящен развитию региональных перевозок в Республике Коми, а именно г. Воркута.

бизнес-идея заключается в осуществлении регулярных перевозок между Санкт-Петербургом и Воркутой. Потенциальные клиенты – Почта России, грузоотправители, грузополучатели и пассажиры, осуществляющие работу в г. Воркута вахтовым методом.



# План маркетинга

Характеристика	Почта, груз	Пассажиры
Сезонность полетов	Круглый год	Зимний и летний периоды
Время вылета	Либо утром либо вечером	Либо утром либо вечером

# SWOT анализ

Слабые стороны	Сильные стороны
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Высокая стоимость услуг</li><li>2. Не очень большая конкурентоспособность</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Широкий выбор дополнительных услуг</li><li>2. Возможность для населения использования качественного средства передвижения.</li><li>3. Связь между городами</li></ol>
Угрозы	Возможности
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Пассивность населения</li><li>2. Дорогие запасные части для ВС</li><li>3. Нерегулярность, в связи с погодными условиями.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Возможность расширения маршрутной сети и увеличения количества предлагаемых услуг</li><li>2. Повышение прибыли за счет реализации дополнительных услуг</li></ol>

# Обзор конкурентов

Конкурент	Рейс	Цена, руб
Поезд №388А	Санкт-Петербург-Воркута	5485

# Реклама нового направления



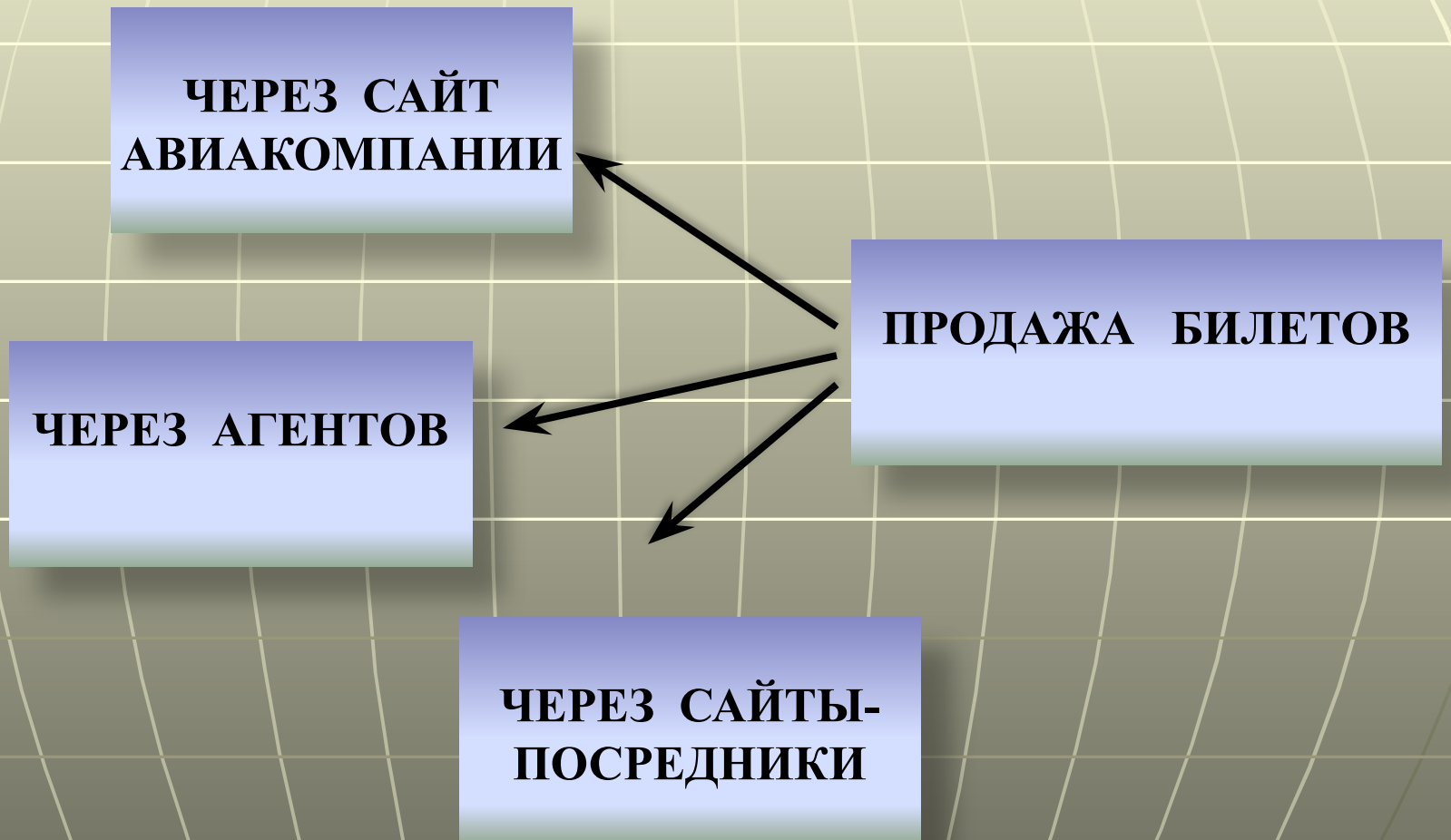
**РЕКЛАМА**

В бортовых журналах  
авиакомпаний

В газетах  
(в г. Воркута,  
в г. Санкт-Петербург)

На билбордах  
(аэропорт,  
представительство,  
в кассах)

# Каналы сбыта



# Стратегия маркетинга

- Мы получаем конкурентное преимущество за счет предоставления услуг, не имеющих аналогов в данном регионе.



# Выводы

Таким образом, открывая новое направление в авиаперелетах авиакомпании «Трансаэро», мы еще раз доказываем, что нет недостижимых целей.

Необходимо лишь время на развитие, распространение и укрепление.

«Трансаэро – время летать!»



# Список использованных источников

- Мазурук И. Мазурук И. Наша авиация Мазурук И. Наша авиация \*
- Висленёв Б.В.,  
Кузьменко Д.В. Теория авиации
- Орлов А.И. Организационно-экономическое моделирование: учебник