

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Институт географии, геологии, туризма и сервиса
Кафедра международного туризма и менеджмента

КУРСОВАЯ РАБОТА

ПОВЫШЕНИЕ АТТРАКТИВНОСТИ АВИАПЕРЕВОЗЧИКА ЗА СЧЕТ
СОЗДАНИЯ НОВЫХ УСЛУГ

Работу выполнила Мещ Д.О. Мещерякова

Направление подготовки 43.03.01 «Сервис», 3 курс ОФО

Направленность (профиль) Социально-культурный сервис

Научный руководитель
канд. геогр. наук, доцент  Ю.И. Карпова

Нормоконтролер
канд. геогр. наук, доцент  Ю.И. Карпова

Краснодар
2020

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Теоретические аспекты пассажирских авиаперевозок в мире и РФ.....	5
1.1 Воздушные перевозки: сущность и классификация.....	5
1.2 Классификация видов услуг.....	10
1.2.1 Основные услуги.....	10
1.2.2 Дополнительные услуги.....	14
1.3 Наиболее популярные виды дополнительных услуг авиакомпаний.....	21
1.4 Правовые аспекты пассажирских авиаперевозок.....	25
2 Анализ особенностей предоставления услуг авиакомпанией «Победа».....	29
2.1 Организационно-экономическая характеристика компании «Победа»...	29
2.2 Технология предоставления услуг.....	32
2.3 Проблемы оказания услуг.....	35
3 Повышение аттрактивности авиакомпании «Победа».....	40
3.1 Результаты опроса по повышению аттрактивности авиакомпании «Победа» в г. Краснодар.....	40
3.2 Краткая характеристика мероприятий по повышению аттрактивности авиакомпании «Победа».....	44
Заключение	47
Список использованных источников	49
Приложение А Анкета	54

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной курсовой работы заключается в том, что в современных условиях формирования общества все большее значение приобретает перемещение пассажиров и грузов, а также возрастает важность эффективной работы авиакомпаний на международном рынке авиационных услуг.

Рассмотрение подходов к повышению аттрактивности и конкурентоспособности авиакомпаний особенно актуально, поскольку происходит усиление конкуренции между различными видами транспорта и непосредственно авиационными компаниями, а также начинается активизация деятельности низкократных авиаперевозчиков.

Объектом исследования являются пассажирские авиаперевозки.

Предмет исследования – предоставление услуг авиакомпанией «Победа».

Цель работы – проанализировать варианты повышения аттрактивности авиакомпании «Победа» за счет создания новых услуг.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты пассажирских авиаперевозок в мире и РФ,
- проанализировать особенности предоставления услуг авиакомпанией «Победа»,
- рассмотреть пути повышения аттрактивности авиакомпании «Победа» за счет создания новых услуг.

Теоретической основой исследования являются работы зарубежных и отечественных ученых в области туристического бизнеса, таких как: Ф. Котлер, Ж.С. Бессонова, Л.И. Адиятулина, А.В. Зимовец.

Информационная база исследования – данные информационных агентств «РБК», «Коммерсантъ», «Интерфакс», «РИА Новости» и интернет-издания «Meduza».

Методы исследования: анализ теоретического материала, нормативно-

правовых актов, а также документации авиакомпании «Победа».

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, состоящего из 32 наименований. Работа изложена на 54 страницах машинописного текста, иллюстрирована 10 рисунками, 2 таблицами и 1 приложением.

1 Теоретические аспекты пассажирских авиаперевозок в мире и в РФ

1.1 Воздушные перевозки: сущность и классификация

В настоящее время в обществе существует несколько самостоятельных видов транспорта. Их разделение обусловлено различием транспортных средств, которые используются для перемещения груза и пассажиров, а также разной естественной средой их эксплуатации. Транспортная система Российской Федерации – это довольно большой и сложный комплекс, размещенный на территории всей страны. В него входят: сухопутный транспорт (железнодорожный, автомобильный), водный (морской и речной), воздушный и трубопроводный.

Термин «воздушный транспорт» существует как альтернатива сухопутным и водным видам транспорта, использующим иную среду для перевозок. Перед другими видами транспорта воздушный имеет определенные преимущества:

- высокую скорость перемещения пассажиров и грузов,
- сокращение пути, оказывающее значительную роль на экономию времени по доставке пассажиров и грузов,
- быстроту организации сообщения,
- высокую маневренность и приспособляемость авиатранспорта к различным объектам перевозок, к их сезонным колебаниям.

Понятие «воздушный транспорт» широко используют на практике, обозначая им транспортную деятельность, в процессе которой осуществляются перемещение в воздушном пространстве различных материальных объектов (воздушных судов, ракет и других объектов), а также другая деятельность (строительство высотных сооружений, деятельность, в процессе которой происходят электромагнитные и другие излучения, выброс в атмосферу веществ, ухудшающих видимость, проведение взрывных работ и тому подобное), которая может представлять угрозу безопасности воздушного движения.

Пользователями воздушного пространства являются граждане и юридические лица, наделенные в установленном порядке правом на осуществление деятельности по использованию воздушного пространства [6]. Для обозначения деятельности в воздушном пространстве традиционно применяется термин «авиация». Авиация подразделяется на гражданскую, государственную и экспериментальную авиацию [7].

Деятельность в области авиации имеет различные цели, задачи и средства ее осуществления. Одной из целей авиационной деятельности, имеющих значительное влияние, является деятельность, направленная на удовлетворение интересов и нужд физических и юридических лиц в воздушных перевозках, защите их прав на безопасные, качественные и экономичные воздушные перевозки [31]. Эта цель реализуется посредством использования гражданской авиации, которая также подразделяется на авиацию общего назначения, используемую на безвозмездной основе, и коммерческую гражданскую авиацию. Основным предназначением коммерческой гражданской авиации является осуществление за плату воздушных перевозок пассажиров, багажа и грузов.

Под воздушной перевозкой понимается «транспортное перемещение в воздушном пространстве груза или человека, осуществляемое посредством движения воздушного судна по установленной воздушной линии (трассе)». Традиционно различают два основных вида воздушных перевозок – внутренние и международные. Под внутренней воздушной перевозкой понимается воздушная перевозка, при которой пункт отправления, пункт назначения и все пункты посадок расположены на территории РФ. Международной является воздушная перевозка, при которой место определения и место назначения расположены либо на территориях двух государств, либо на территории одного государства, если предусмотрен пункт (пункты) посадки на территории другого государства [10].

Внутренние воздушные перевозки, в свою очередь, могут быть регулярными и нерегулярными; межрегиональными и внутрирегиональными, а также деловыми и корпоративными. Регулярные воздушные перевозки –

перевозки, осуществляемые на рейсах воздушных судов, выполняемых в соответствии с расписанием, опубликованным в установленном порядке, включая перевозки на дополнительных рейсах, то есть на рейсах, выполняемых дополнительно к расписанию по датам и тому же маршруту, по которому выполняется регулярный рейс. Нерегулярные воздушные перевозки – перевозки, выполняемые на нерегулярных (чартерных) рейсах, то есть на рейсах воздушных судов, выполняемых вне опубликованного расписания в соответствии с договором на авиаперевозку, заключенным между заказчиком и авиапредприятием или прочим эксплуатантом.

Межрегиональные воздушные перевозки – внутренние воздушные перевозки (регулярные (по расписанию) и чартерные) по установленным воздушным линиям между пунктами, расположенными в регионах, закрепленных за различными региональными управлениями Федерального агентства воздушного транспорта РФ. Внутрирегиональные воздушные перевозки – внутренние воздушные перевозки (регулярные – по расписанию и чартерные) по установленным воздушным линиям между пунктами, расположенными в регионе, закрепленном за одним региональным управлением ФАВТ России [26].

Деловые перевозки – чартерные воздушные перевозки по заказам юридических и физических лиц, выполняемые на специально оборудованных гражданских воздушных судах с числом пассажиров до 15 чел. Корпоративные перевозки – воздушные перевозки, выполняемые владельцем воздушного судна (эксплуатантом) на некоммерческой основе (для удовлетворения собственных нужд и потребностей без получения коммерческой выгоды). Международные договоры и национальное законодательство государств делят международные воздушные перевозки на две категории: регулярные и нерегулярные.

Наиболее распространенный вид нерегулярных воздушных перевозок – чартер воздушный [9]. Нерегулярные полеты выполняются на основе специального разрешения, но в последние годы некоторые государства стали заключать двусторонние соглашения, касающиеся нерегулярных воздушных

сообщений [3]. На данный момент нерегулярные перевозки составляют около 18% от общего объема международных перевозок. Общий объем международных нерегулярных перевозок во всем мире складывается из объема, выполненного чартерными перевозчиками, и объема, выполненного регулярными перевозчиками. Как и регулярные, международные нерегулярные перевозки подразделяются на пассажирские и грузо-почтовые. Нерегулярные перевозки осуществляются как специализированными чартерными авиакомпаниями, так и регулярными авиакомпаниями.

Согласно Адиятулиной Л.И по методу организации чартерные перевозки классифицируются по следующим видам:

- закрытый чартер,
- эфинити-чартер,
- инклюзив-тур-чартер,
- блок-чартер,
- нон-эфинити-чартер,
- сидит-чартер [2].

Закрытый чартер – некоммерческая перевозка, заказчиком которой является, как правило, какая-либо организация для доставки своих работников к месту работы, деловой встречи или отдыха. Эфинити-чартер – полукоммерческая (полузакрытая) целевая поездка, организуемая для своих членов клубами или ассоциациями, объединяющими лиц одной профессии или определенной общности интересов (спортивные клубы, союзы ветеранов и т.д.). Инклюзив-тур-чартер – коммерческая туристическая перевозка (чартерная перевозка по инклюзив-туру), стоимость которой включает оплату перевозки «туда и обратно» и стоимость экскурсионного и бытового обслуживания во время тура. При блок-чартерной перевозке арендуется не весь самолет, а только его определенная часть – установленный блок мест (обычно 30–40 мест). Как правило, продается блок мест на самолет, выполняющий регулярный рейс, но чартерная цена каждого места в этом случае значительно ниже минимального опубликованного тарифа. Нецелевой коммерческий чартер (нон-эфинити-

чартер) – новый тип чартера (введен с 1972 г. в США). В отличие от эфинити-чартера, при котором лица группируются по общности интересов, в данном случае разрешается объединять в группу для перевозки любых лиц, желающих совершить поездку, вне зависимости от их принадлежности к какой-либо организации или клубу. Прорейтовый чартер, или сидит-чартер, – вид чартера, при котором перевозка осуществляется поэтапно. При сплит-чартере разрешается комбинировать разные группы пассажиров, причем конечный пункт их маршрута может быть различным.

С точки зрения использования самолетов чартерные перевозки можно разделить на три вида:

- разовая перевозка «туда и обратно» – вид чартерной перевозки, при которой турфирма или организация арендуют самолет для перевозки одной или нескольких групп пассажиров, родственных по виду занятий или интересов, в определенное время,

- тайм-чартер – вид операции, при которой самолет арендуется на определенный период, поступая в полное распоряжение арендатора,

- чартерная цепочка – вид целевой перевозки большого количества пассажиров в пункт назначения и обратно, при этом полеты совершаются по челночной схеме [14].

Таким образом, можно сделать вывод, что авиационный или воздушный транспорт имеет ряд преимуществ перед другими видами транспорта. Также существуют несколько видов авиационных перевозок: внутренние и международные, а также регулярные и нерегулярные (чартерные), которые, в свою очередь, разделяются на подвиды.

1.2 Классификация видов услуг

1.2.1 Основные услуги

Услуга – это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо. Услугу можно определить как продукт труда, полезный эффект которого выступает не в форме вещи, а в форме деятельности, направленной на вещь или на человека [15].

Услуга обладает полезностью для того, кто ее не производит. Услуга – это продукт труда, обладающий специфическими свойствами: неосвязаемостью, неотделимостью от своего источника (невозможно отделить процесс обучения от преподавателя и ученика, процесс предоставления информации – от того, кто ее предоставляет). Услуга не сохраняется отдельно от процесса ее предоставления, не может быть законсервирована как товар, хранящийся на складе. Услуга направлена на вещь или на человека. Она существует только в процессе ее производства. Производство и потребление услуг позволяет изменить полезность вещи или характер человеческой жизнедеятельности.

Существуют различные классификации типов и видов услуг, и каждая из этих классификаций отражает специфический подход к анализу сервисной деятельности.

На борту воздушных судов для пассажиров предоставляется довольно большое количество услуг. Их можно поделить на:

- основные, включенные в стоимость авиабилета,
- дополнительные.

От классности обслуживания будет зависеть какие услуги будут являться номинальными (основными), а какие дополнительными.

Международные компании предлагают три класса обслуживания:

- первый класс (F):
 - a) R – сверхзвуковой самолет;

б) Р – первый класс premium;

в) Q – первый класс discounted.

– бизнес-класс (С):

а) Р – бизнес-класс premium;

б) D, Z – бизнес-класс discounted.

– экономический класс (S, Y):

а) W – экономический класс premium;

б) B, H, K, L, M, N, Q, T, V, X – экономический класс discounted.

Необходимо рассмотреть подробнее услуги, предоставляемые на борту самолета. К таковым относятся:

- питание,
- радио,
- телевидение,
- услуги сети,
- пресса,
- туалет,
- разминка.

На коротких рейсах, где по существу полет состоит из взлета и посадки, пассажирам дают леденцы или конфетки, прохладительные, соки, минеральную воду, чай и кофе. Если время полета превышает три ч, то всем пассажирам предусмотрено обязательное специальное питание. Объем и частота подачи питания зависят от продолжительности рейса и класса обслуживания.

Для первого, клубного и бизнес-класса обслуживания полагается улучшенный (иногда изысканный) ассортимент питания и напитков, индивидуальные металлические столовые приборы. На рейсах, которые длятся более трех ч, обязательно подается питание не менее чем из трех-четырех перемен, чай или кофе, минеральная вода. На дальнемагистральных и трансконтинентальных рейсах каждые четыре ч подается горячее питание.

Крупные авиакомпании разрабатывают свои собственные особенные программы питания пассажиров. Если горячих питания два и более, то каждое

последующее отличается от предыдущего по составу блюд и продуктов. Особое внимание уделяется составу пищи и ее качеству. Она должна быть достаточно калорийна, не слишком объемна, хорошо дробима на мелкие кусочки, преимущественно без костей, одинакова, приемлема всем пассажирам и удовлетворять самым разным вкусам и привычкам питания.

В общем случае на все самолеты подается пища одинаковая, однако, если таковое заказано, будет подано специальное питание. Пища готовится оперативно в аэропорту в специальных цехах, там же упаковывается в компактные пакеты и затем централизованно подается на все авиалайнеры, готовящиеся к рейсу. При подготовке рациона питания учитывается, что на вкусовые качества влияет высота полета и пониженное давление. На продолжительных рейсах подается второе, а иногда и третье питание, по составу пищи несколько отличное от первого.

В составе питания некоторые компании предлагают вино, коньяк, виски, тоник, орешки или чипсы. Априори это полагается в салонах первого и бизнес-класса. Учитываются стесненные условия приема пищи: на задней спинке предыдущего кресла укреплен раскладывающийся компактный пластмассовый столик. В состав пакета питания непременно входят увлажненные гигиенические салфетки. Все, что возможно, пакетируется заранее в размерах и объемах, рассчитанных на индивидуальное разовое потребление (сахар, сливки, горчица, соль, масло, плавленый сыр, джем). В полете металлические ножи, ложки и вилки выдаются только в первом классе, во всех остальных пластмассовые одноразовые. Однако часто учитываются и национальные традиции питания, если рейс совершается в арабские страны и др.

Салоны самолетов радиофицированы и оборудованы телевидением. На каждые пять рядов кресел есть небольшой припотолочный телевизор, в процессе рейса пассажиры могут посмотреть кинофильмы, показывается карта с маршрутом полета и указанием точного местонахождения самолета по пути следования. В салонах первого и бизнес-класса телевизоры положены на каждое место с возможностью выбора программ.

В общем случае на борту самолета запрещается пользоваться не штатными радиоприемниками, магнитофонами и телефонными аппаратами, в том числе и сотовой связи, а также компьютерами. На современных лайнерах используется специальная телефонная связь. В полете в салоне самолета пассажирам предлагаются свежие газеты и журналы на различных языках, учитывающих типовой контингент пассажиров и принадлежность авиакомпании. Это позволяет пассажирам за время перелета, получить информацию, развлечься. Все солидные авиакомпании издают свои иллюстрированные бортовые журналы, журналы, которые распространяются преимущественно на борту самолета или в авиакассах и представительствах авиакомпании.

На борту самолета устроены туалеты для пассажиров и экипажа. Обычно в салоне для пассажиров имеется световое табло, сигнализирующее, занят туалет или свободен. В туалетах категорически запрещается курение. Если курение разрешено, то только в определенном салоне самолета.

Полет обычно продолжается несколько часов. Сидеть в кресле утомительно, тело затекает, у некоторых пассажиров в таком состоянии создается дискомфорт. Несколько раз за полет пассажиру необходимо размять мышцы и самочувствие улучшается. Однако хождение пассажиров по салону самолета в процессе полета ограничено в силу стесненности пространства. Поэтому пассажиры выполняют определенный комплекс упражнений, сидя на месте.

В целом, основные услуги, предоставляемые пассажирам на борту самолета, позволяют удовлетворить основные потребности пассажиров и обеспечить комфортное пребывание на протяжении всего полета. К ним относят питание, радио, телевидение, услуги сети, пресса, туалет, разминка.

1.2.2 Дополнительные услуги

Авиакомпании предоставляют пассажирам дополнительные услуги, которые помогают сделать путешествие более комфортным и создать максимум удобств каждому.

Такие услуги заказываются заранее с помощью специальных запросов через агентство, в котором приобретается авиабилет. Как правило, в течение 24 ч авиакомпании подтверждают возможность оказания запрошенного сервиса или информируют об отказе.

Дополнительные услуги бывают бесплатными и платными. К дополнительным услугам, оказываемым без внесения платы, относятся предварительное бронирование определенного места и специальное питание. Пассажиры, пользующиеся услугами авиакомпании, могут предварительно забронировать определенное место:

- в салоне,
- у окна (window),
- у перегородки между салонами (bulkhead),
- для инвалидов или лиц с ограниченной подвижностью (handicapped),
- для пассажира с медицинскими показаниями (medically accepted for travel),
- с детской кроваткой (cot),
- для пассажира, путешествующего с младенцем до 2-х лет (infant),
- для детей, путешествующих без сопровождения взрослых (unaccompanied minor). Кроме этого, пассажиры также имеют возможность бесплатно запросить конкретное кресло.

Многие авиакомпании поддерживают информацию о компоновке салона самолета в интерактивном режиме. Оформляя авиабилет, можно с помощью агента посмотреть схему и самостоятельно выбрать наиболее удобное место. На плане будет отображено расположение кабины и хвоста самолета, положение крыла и запасных выходов.

Часть мест может быть закрыта для предварительного бронирования. Это места, предназначенные для специальных категорий пассажиров, требующих особого внимания и индивидуального подхода: пожилой пассажир или инвалид; пассажир, путешествующий с младенцем; ребенок, летящий без сопровождения взрослых. Определенные места в салоне предназначены для бронирования только на регистрации.

Часто летающие пассажиры – участники бонусных программ зачастую имеют приоритет при заказе места в начале салона. Необходимо предварительно внести номер бонусной карты, а затем запросить желаемое место.

Другая дополнительная услуга, оказываемая пассажирам бесплатно – это специальное питание (SPML). При составлении стандартного меню учитывается продолжительность полета, сезон, традиции основного потока пассажиров на маршруте.

Многие авиакомпании при полетах на короткие расстояния не предоставляют питание на борту, чтобы максимально уменьшить стоимость авиабилета. Закуски и напитки в этом случае можно приобрести за дополнительную плату.

Наряду с обычным бортовым питанием авиакомпании располагают возможностью предоставления более двадцати видов специального питания, приготовленного с учетом возраста, медицинских показаний и религиозных убеждений пассажиров. Дополнительная плата за заказ специального питания не взимается. Возможность выбора того или иного вида специального питания зависит от авиакомпании и общей продолжительности полета. Данную услугу рекомендуется заказывать заранее при оформлении авиабилета, не позднее 36 ч до вылета рейса, а затем подтвердить свой заказ при регистрации на рейс в аэропорту.

К дополнительным услугам, оказываемым авиакомпаниями за дополнительную плату относят встречу и помощь пассажирам (MAAS); сопровождение детей, путешествующих без взрослых (UMNR); специальные услуги для инвалидов (BLND, DEAF); сверхнормативный багаж (XBAG) и тд.

Для пассажиров, требующих дополнительной помощи и индивидуального подхода (пожилые пассажиры, беременные женщины, недееспособные (с медицинской точки зрения) пассажиры), может быть заказана услуга встречи и сопровождения. Заказ встречи и сопровождения пассажира в аэропорту вылета (прилета) должен быть сделан при бронировании авиабилета. В случае, если услуга может быть оказана, контрольный центр представительства авиакомпании информирует о подтверждении.

На стойке регистрации пассажир будет встречен сотрудником авиакомпании и сопровожден до выхода на посадку. В пункте транзита (пересадки) пассажира встречают в зале прилета и сопровождают в зал вылета, к рейсу до конечного пункта путешествия. При необходимости пассажиру может быть предоставлено кресло-каталка.

Другая платная услуга, доступная пассажирам авиакомпаний – сопровождение детей, путешествующих без взрослых (UMNR). Дети от 5 до 11 лет (включительно) могут совершать перелеты без сопровождения взрослых. Возраст детей, которые могут быть приняты к перевозке без сопровождения взрослых, отличается в каждой авиакомпании. Поэтому для конкретного перелета необходимо узнавать, дети какого возраста могут перевозиться без сопровождения. Некоторые авиакомпании предлагают услугу сопровождения детей в возрасте от 12 до 18 лет.

Несопровождаемый ребенок принимается к перевозке, если:

- запрос на перевозку несопровождаемого ребенка подтвержден авиакомпанией,
- сопровождающие лица остаются с ребенком в аэропорту отправления до посадки в самолет,
- ребенок будет обязательно встречен в аэропорту прибытия,
- бронирование подтверждено на всех участках маршрута,
- при перелете с пересадкой весь маршрут выполняется одной авиакомпанией, в пути отсутствуют ночевки или смены аэропорта, ожидание в пункте пересадки не превышает 4 ч.

У разных авиакомпаний существует 2 варианта оплаты перевозки несопровождаемого ребенка в возрасте от 5 до 11 лет:

- оплачивается взрослый тариф, услуга предоставляется бесплатно,
- оплачивается авиабилет с детской скидкой и сбор за оказание данной услуги авиакомпанией.

Оплата сбора производится в аэропорту. Величина сервисного сбора зависит от авиакомпании. В аэропорту родители заполняют специальную заявку и декларацию.

Сотрудникам авиакомпании необходимо предоставить следующую информацию:

- дата рождения и возраст ребенка,
- родной язык,
- контактная информация провожающего и встречающего человека,
- контактная информация родителей или опекунов.

Ребенку предоставляется отдельное место в пассажирском салоне с бесплатной нормой провоза багажа в соответствии с классом обслуживания. С того момента, как ребенок зарегистрировался на рейс, сотрудники авиакомпании несут за него полную ответственность до тех пор, пока ребенка не встретят в аэропорту прибытия. Встречающий должен иметь при себе документы, удостоверяющие его личность (сотрудники авиакомпании передадут ребенка только тому, кто указан в декларации). В соответствии со статьей 20 Закона РФ «О порядке выезда из РФ и въезда в РФ» дети до 18 лет должны иметь загранпаспорт с визой и нотариально заверенное согласие на выезд хотя бы от одного родителя.

Следующая группа дополнительных платных услуг – специальные услуги для инвалидов (BLND, DEAF). Для пассажиров со специальными показаниями авиакомпании могут требовать предварительного согласия на перевозку. Данное согласие требуется при перевозке следующих категорий пассажиров:

- слепой, глухой пассажир с сопровождением или без него,
- слепой с собакой-поводырем,

- пассажир на носилках,
- инвалид в кресле-коляске, способный передвигаться самостоятельно,
- пассажир, которому необходима помощь со стороны авиакомпании.

О необходимости предоставления услуг, связанных с перевозкой пассажиров-инвалидов, рекомендуется сообщить во время заказа и покупки авиабилетов, но не позже чем за 24 ч до вылета. Если услуга может быть оказана, контрольный центр представительства авиакомпании информирует о подтверждении. Авиакомпания оказывает помощь инвалидам при посадке в самолет, во время полета и высадки из самолета. Для пассажиров с нарушением опорно-двигательной системы предоставляется инвалидное кресло. Авиакомпания может отказать в перевозке пассажирам-инвалидам, если известно, что их поведение, физическое или психическое состояние таковы, что они не могут обойтись без посторонней помощи, их нахождение на борту угрожает безопасности полета или создает дискомфорт другим пассажирам, а также в случае, если пассажир не может воспользоваться стандартным креслом в самолете ни в сидячем положении, ни полулежа. В этом случае пассажира должен сопровождать квалифицированный эскорт, который может оказать пассажиру особое внимание и, если необходимо, помощь.

Одной из самых часто оказываемых услуг за дополнительную плату является сверхнормативный багаж (ХВАГ). Для каждого класса обслуживания установлены стандартные нормы провоза багажа по весовой системе:

- первый класс – 40 кг,
- бизнес класс – 30 кг,
- экономический – 20 кг,
- или по системе мест (Pіесе Concept – PC) – обычно два места багажа, каждое не более 23 кг.

Если багаж превышает норму (по размеру или весу), то такой багаж называется сверхнормативным. Его перевозка разрешена только в багажном отделении самолета при подтверждении запроса авиакомпанией. Пассажир должен сообщить полную информацию о весе, количестве мест, габаритных

размерах и характере багажа. Агент, бронирующий билет, делает соответствующий запрос. Авиакомпания этот запрос обрабатывает и либо подтверждает, либо не подтверждает в зависимости от технической возможности (размеры загрузочных люков и багажных грузовых отсеков должны позволять производить погрузку/выгрузку и размещение на борту). Оплата за перевозку сверхнормативного багажа производится в аэропорте при регистрации на рейс. Суммы и условия могут отличаться у разных авиакомпаний, их необходимо уточнять при бронировании

Обязательным является предварительный запрос на перевозку следующих типов багажа:

– специальное спортивное оборудование:

а) лыжное снаряжение,

б) снаряжение для гольфа,

в) хоккейные клюшки,

г) легкоатлетические снаряды велосипед.

– не складываемая детская коляска;

– кресло для инвалидов (перевозится бесплатно);

– музыкальные инструменты;

– аудио- и видеотехника, телевизоры, холодильники.

Сверхнормативная плата требуется также при перевозке нестандартного или крупногабаритного багажа (СВВГ). Если багаж не превышает норм ручной клади (одно место, вес не более 10 кг, размер по сумме трех измерений не превышает 115 см), перевозка осуществляется бесплатно. Крупногабаритный и нестандартный багаж перевозится в салоне самолета на отдельном кресле. На него необходимо приобрести отдельный авиабилет. На отдельном месте в салоне самолета разрешено перевозить:

– музыкальные инструменты,

– произведения искусства,

– сервизы, фарфор, керамику,

– хрупкие изделия,

– ценные изделия.

Электронное оборудование (бинокли, радиоприемники, фото- и киноаппаратура) принимается к перевозке только упакованным в чемоданы или ящики, пассажиру не разрешается иметь при себе эти предметы и пользоваться ими на борту). В салоне самолета не разрешено перевозить:

– контрабас – из-за размеров, перевозится только в багажном отделении самолета, рекомендуется жесткий кофр,

– аудио- и видеотехнику, телевизоры, холодильники (они перевозятся только в багажном отделении самолета).

За дополнительную плату авиакомпания может оказать пассажирам услуги по перевозке животных. Животные принимаются к перевозке только в сопровождении взрослых пассажиров и с предварительного согласия перевозчика. Прежде чем покупать билет, рекомендуется дождаться такого согласия. Перевозчик может отказать в перевозке (например, на рейсе уже забронирована перевозка другого животного). При бронировании авиабилета необходимо сообщить вид животного, общий вес с контейнером (клеткой) и размер контейнера. Одному пассажиру можно взять только один контейнер. При регистрации на рейс пассажир обязан предоставить свидетельство № 1, оформленное в государственном ветеринарном учреждении и разрешение на вывоз.

К перевозке принимаются такие животные, как:

- маленькие домашние животные (собаки, кошки и птицы),
- другие маленькие теплокровные животные (хомяки, кролики и т.д.),
- собаки-поводыри для слепых или глухих пассажиров.

В салоне воздушного судна разрешается провозить мелких животных, вес которых вместе с клеткой или контейнером не превышает восемь кг, и габариты не более размеров, установленных для ручной клади (по сумме трех измерений не более 115 см). Клетка перевозится под креслом, у ног пассажира. При превышении этих параметров, животное будет принято к перевозке в грузовом отсеке. Перевозку животных в салоне или в багажном отсеке пассажир

оплачивает по их фактическому весу вместе с контейнером независимо от остального багажа.

Кроме вышеуказанных дополнительных услуг, пассажиру при необходимости авиакомпания может предоставить дополнительное пассажирское место (EXST). В ряде случаев пассажиру требуется два и более места в салоне самолета. Такая необходимость возникает, например, при перевозке хрупких дорогостоящих предметов (аппаратуры, музыкальных инструментов), которые нецелесообразно сдавать в багаж, или в случае, когда из-за состояния здоровья пассажиру невозможно разместиться в одном кресле. В таких случаях пассажир оплачивает дополнительное место по тому же тарифу, что и свое собственное.

В целом, перечень дополнительных услуг, предоставляемых пассажирам авиакомпании довольно обширен и ориентирован на разные сегменты потребителей услуг авиаперевозчиков.

1.3 Наиболее популярные виды дополнительных услуг авиакомпаний

В кризисные годы в мировой гражданской авиации появилось новое преобладающее направление – дополнительные услуги, которые должны помочь авиакомпаниям справиться с трудностями, удержать от роста цены, привлечь новых пассажиров. Философия формирования цены «по меню» («A la Carte») означает продажу каждому потребителю-пассажиру персонифицированного продукта, который бы наилучшим образом удовлетворял его запросы относительно качественного содержания перевозки и ее стоимости. Кроме того, оптимально, если потребитель будет собирать продукт-перелет самостоятельно, не отвлекая авиакомпанию.

Под «дополнительными доходами» понимается косвенная выручка авиаперевозчиков от продажи услуг, напрямую не включенных в стоимость перевозки пассажиров и грузов, от приобретения которых пассажиры могут отказаться, не отказываясь от самой перевозки. Важнейший момент состоит в

том, что пассажиры могут выбирать, добавлять дополнительную услугу к полету или не делать этого. Дополнительные услуги – это эффективный способ персонификации продукта, который сам по себе состоит из перелета и добавленных к нему опций, набор которых может различаться. В таком случае пассажир покупает только то, что ему действительно нужно, и его удовлетворенность от потраченных средств значительно выше. Также перевозчик получает возможность снизить стоимость самого перелета, то есть своего базового продукта.

Консалтинговая группа «IdeaWorks» выделяет группу лидеров среди авиакомпаний, которые наиболее агрессивно применяют бизнес-модель «A la Carte», среди которых, в основном, низкобюджетные авиакомпании из ЕС, США и Юго-Восточной Азии. Ряд авиакомпаний достигли в этой непростой задаче больших успехов. К таким компаниям можно отнести «Allegiant», «Spirit Airlines», «Ryanair», «EasyJet», «Tiger AirWays», «AirAsia» и др. [14].

Дополнительные доходы можно разделить на «авиационные», т.е. непосредственно связанные с предоставлением авиационных услуг, таких как питание на борту, сбор при возврате билета, багаж, и «неавиационные», к которым относятся бронирование отелей, автомобилей, заказ такси (Табл.2).

Таблица 2 – Наиболее популярные виды дополнительных услуг авиакомпаний мира, 2017 г. [14]

Собственные	Привлеченные (сторонние)
<ul style="list-style-type: none"> – сверхнормативный багаж; – питание на борту; – выбор места на борту и приоритетная посадка; – внесение изменений и аннулирование бронирования; – платная транзакция для оплаты бронирования банковской картой; – платный колл-центр; – сбор за стыковочные рейсы; – страховка на случай отмены бронирования 	<ul style="list-style-type: none"> – страхование; – прокат автомобиля; – бронирование отеля; – заказ такси; – торговля на борту

Мировые тенденции возможно проанализировать на примере одного из важнейших источников дополнительных доходов – сверхнормативного багажа. Некоторые авиакомпании предпочитают придерживаться рекомендаций ИКАО (и норм национального законодательства) о минимальной норме багажа в 10 кг на пассажира, поскольку такое ограничение, во-первых, дает возможность привлечь дополнительные доходы, во-вторых, стимулирует мобильность пассажиров. В России рынок дополнительных услуг появился всего несколько лет назад вместе с низкобюджетной моделью на рынке авиаперевозок. Видами дополнительных услуг, являются разнообразные штрафы за внесение изменений в билеты и за добровольный возврат. Но Ст. 108 Воздушного кодекса РФ существенно ограничивает применение в России «невозвратных» тарифов, широко распространенных за рубежом, таким образом, снижая возможности авиакомпаний по получению дополнительных доходов от возврата билетов.

Доля дополнительных доходов у первой российской низкобюджетной авиакомпании «SkyExpress» в 2010 г. составляла 4,6% (в 2009 г. – 4,8%), без учета чартерных рейсов – 6,2% и 6,4% соответственно. Но 11 сентября 2012 г. Арбитражный суд Краснодарского края признал авиакомпанию несостоятельной. Достоверной статистики по другим авиакомпаниям не предоставляется [14].

По валовой выручке от багажных сборов в 2009–2010 гг. лидировали сетевые перевозчики: «Delta Airlines», «American Airlines», «United-Continental» и др. (Табл.2). Практически все авиакомпании ввели плату за первое место регистрируемого багажа (в США применяется концепция «по числу», а не «по весу», как в большинстве стран).

В 2017 г. американские авиакомпании заработали на платном багаже 3,8 млрд долл. США или 2,3% от общего дохода. В лидерах – объединенная авиакомпания American Airlines/US Airways, на которую пришлось 1 млрд 125,8 млн долл. США. Вторую позицию по доходам от платной перевозки багажа заняла Delta с результатом 875,1 млн долл. США, третью – United, которая заработала на багажном сборе 672,2 млн долл. США. Лоукостеры «Spirit» и

«Frontier» заняли четвертое и пятое место с результатом 288,7 млн долл. США и 220 млн долл. США соответственно [20].

Таблица 2 – Доходы от багажных сборов по авиакомпаниям США [32]

Авиакомпания	2010 г., млн долл. США	2009 г., млн долл. США
Delta Air Lines (вкл. NWA)	733,2	767,5
American Airlines	431,2	475,2
US Airways	388,1	432,3
United Airlines	239,8	254,5
AirTran Airways	112,3	269,0
Alaska Airlines	81,0	146,0
Spirit Airlines	55,8	46,8
Всего	2566,7	2728,9

Выручка группы компаний «Аэрофлот» по итогам 2019 г. выросла на 11%: с 611,6 до 677,9 млрд руб. Это связано с ростом пассажиропотока и пассажирооборота до рекордных для компании уровней. Выручка от регулярных пассажирских рейсов увеличилась на 12% – с 496,5 до 557,1 млрд руб. – и составила более 82% от всей выручки группы. При этом выручка от чартерных рейсов, которые организуют туроператоры, даже незначительно снизилась – до 37,4 млрд руб. Выручка от грузовых перевозок увеличилась на 2% – до 19,3 млрд руб. благодаря росту грузооборота, а прочая выручка выросла на 10% – до 64 млрд руб. В состав прочей выручки входят доходы по соглашениям с иностранными компаниями, партнерские доходы по программе премирования пассажиров, доходы от продажи товаров и предоставления питания во время перелетов и т.д. [30].

Можно сделать вывод, что фокус на дополнительных доходах может иметь различную природу. Для низкобюджетных компаний доминирующим фактором является стремление нарастить рынок в условиях высокой эластичности спроса по цене, когда любое снижение базового тарифа приносит новых пассажиров.

Для традиционных авиакомпаний это ответ на рыночные вызовы со стороны низкобюджетных конкурентов. Решающее значение имеют зрелость рынка и развитость конкуренции, что объясняет скромные позиции дополнительных доходов в выручке российских авиакомпаний.

1.4 Правовые аспекты пассажирских авиаперевозок

Основными документами, регулирующими международные воздушные перевозки, являются международные глобальные и двусторонние конвенции. Двусторонние соглашения заключаются, как правило, между двумя государствами, чье сотрудничество определено рамками других договоров (рамками СНГ, ЕС и т.д.). В международных соглашениях широкого значения участвует большой круг государств, которые разрабатывают международные нормы и правила, регулирующие полеты, а также принципы организации воздушных перевозок над территориями этих государств.

Одним из первых правовых документов в области международной гражданской авиации явилась Варшавская «Конвенция для унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок», принятая в 1929 г. В этом нормативном акте даны:

- определение международной воздушной перевозки,
- порядок осуществления перевозок пассажиров и багажа авиаперевозчиками по воздушному пространству,
- основные перевозочные документы, подтверждающие договор на перевозку,
- порядок ответственности перевозчика,
- порядок присоединения государств к участию в настоящей конвенции.

Впоследствии Варшавская конвенция нашла развитие в дополнениях и изменениях, внесенных Гаагским протоколом 1955 г., Гватемальским протоколом 1971 г. и Монреальским протоколом 1975 г.

Важным пунктом Варшавской конвенции является пункт об ответственности перевозчика за смерть или нанесение ущерба здоровью пассажира и за утрату и повреждение багажа. Согласно этому документу, ответственность перевозчика за жизнь и здоровье пассажиров на международных рейсах в большинстве случаев ограничивается суммой 10 тыс. долл. США.

Четвертого ноября 2003 г. вступила в силу Монреальская конвенция, (заключенная под эгидой ИКАО в 1999 г.), которая отменила лимиты, установленные Варшавской конвенцией по выплатам пострадавшим в авиакатастрофе и их родственникам. Официально Россия не присоединилась к новому документу, поэтому в нашей стране при реализации международных авиаперевозок пока действует Варшавская конвенция.

Другим важным документом международного воздушного права в области регулярного воздушного сообщения является Чикагская «Конвенция о международной гражданской авиации». В 1944 г. Чикагской конвенцией был заложен ряд принципов осуществления полетов в мировом воздушном пространстве, согласно которым каждое договаривающееся государство предоставляет другим договаривающимся государствам следующие права:

- пролетать над его территорией без посадки,
- приземляться с некоммерческими целями (для заправки, смены экипажа, технических целей и др.),
- выгружать пассажиров, почту и груз, взятые на борт на территории государства, национальную принадлежность которого имеет воздушное судно,
- брать на борт пассажиров, почту и груз с местом назначения на территории государства, национальную принадлежность которого имеет воздушное судно,
- брать на борт пассажиров, почту и груз с местом назначения на территории любого другого договаривающегося государства и право выгружать пассажиров, почту и груз, прибывшие с любой такой территории.

Среди правовых документов, регламентирующих международное воздушное сообщение, важное значение имеют также «Соглашение о международном воздушном транспорте» (Чикаго, 1944 г.); «Соглашение о транзите по международным воздушным линиям» (Чикаго, 1944 г.); Римская «Конвенция о возмещении вреда, причиненного иностранными воздушными судами третьим лицам на поверхности» (Рим, 1952 г.); Токийская «Конвенция о правонарушениях и некоторых других действиях, совершенных на борту воздушного судна» (Токио, 1963 г.) и др.

Для регулирования деятельности в мировом воздушном пространстве были созданы несколько международных организаций, целью которых стала разработка основных стратегических направлений в развитии международного авиационного сообщения. К наиболее значимым организациям относятся Международная организация гражданской авиации ICAO (International Civil Aviation Organization) и Международная ассоциация воздушного транспорта IATA (International Air Transport Association). ICAO была образована в 1944 г. в Чикаго как межправительственная организация, членами которой в настоящее время являются 187 стран мира. Россия как правопреемница СССР, вступившего в ICAO в 1979 г., также является членом этого объединения. В круг основных вопросов, рассматриваемых ICAO, входят:

- разработка унифицированных правил навигационных систем для самолетов,
- координация деятельности летных служб, безопасность воздушного пространства, в том числе выдача лицензий на регулярные перевозки,
- техническая помощь странам-участникам организации.

IATA была основана в 1945 г. в Гаване как ассоциация авиаперевозчиков, объединяющая в настоящее время 272 авиакомпании из 130 стран мира. Из отечественных авиакомпаний членами IATA на настоящий момент являются «Аэрофлот», «Пулково», «Сибирь», «Трансаэро» и «Волга-Днепр». IATA оказывает помощь авиакомпаниям, туристической индустрии и организациям-партнерам в повышении рентабельности их работы и улучшении качества

обслуживания пассажирских и грузовых перевозок. В финансовой области службы IATA предоставляют:

- услуги по эффективному проведению в кратчайшие сроки платежей по взаимным обязательствам авиакомпаний,

- возможность производить взаиморасчеты посредством мировой информационной сети Интернет в ежедневном, еженедельном или ежемесячном режимах,

- авиакомпаниям централизованно управлять денежными потоками и выручкой из различных стран мира, конвертировать и выполнять перевод денежных средств.

IATA проводит активную политику, направленную на снижение всевозможных аэронавигационных и аэропортовых сборов, взимаемых с участников воздушного движения (так, благодаря лоббистским усилиям IATA удалось на 7,5% снизить сборы за посадку и стоянку воздушных судов в новом афинском аэропорту Спарта); содействует тому, чтобы взимаемые в виде сборов средства использовались для развития авиационной инфраструктуры.

Государственный надзор в Российской Федерации в области гражданской авиации обеспечивает безопасность полетов воздушных судов и качества выполняемых в гражданской авиации работ и оказываемых услуг. Он осуществляется уполномоченным федеральным органом исполнительной власти (Минтрансом) при осуществлении им федерального государственного транспортного надзора в порядке, установленном Правительством РФ и проводится в форме проверок.

Целью всех этих объединений является решение задач, связанных с повышением безопасности полетов, с координацией авиационной деятельности, совершенствованием системы контроля воздушной навигации.

2 Анализ особенностей предоставления услуг авиакомпанией «Победа»

2.1 Организационно-экономическая характеристика компании «Победа»

Компания «Победа» – российская бюджетная авиакомпания (лоукостер), базируется в московском аэропорту Внуково. Юридическое название компании – ООО «Авиакомпания Победа». Авиакомпания входит в состав Группы «Аэрофлот», так же, как и «Аэрофлот», «Россия» и «Аврора». Руководство авиакомпании состоит из Генерального директора Калмыкова Андрея Юрьевича. Компания была основана 16 сентября 2014 г., взамен прекратившего полёты из-за санкций Европейского союза «Добролёта».

Основным видом деятельности компании, согласно ОКВЭД, является перевозка воздушным пассажирским транспортом, подчиняющимся расписанию. К дополнительным видам деятельности можно отнести:

- прочие виды полиграфической деятельности,
- ремонт и техническое обслуживание летательных аппаратов, включая космические,
- строительство жилых и нежилых зданий,
- деятельность агентов по оптовой торговле машинами, промышленным оборудованием, судами и летательными аппаратами,
- перевозка воздушным грузовым транспортом, подчиняющимся расписанию,
- аренда грузовых воздушных судов с экипажем,
- деятельность вспомогательная прочая, связанная с перевозками,
- деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания,
- деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания,
- разработка компьютерного программного обеспечения,

- консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления,
 - исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения,
 - деятельность туристических агентств,
 - деятельность по дополнительному профессиональному образованию
- прочая, не включенная в другие группировки,
- общая врачебная практика и тд. [5].

Уставной капитал авиакомпании составляет 1,2 млрд руб. Компания «Победа» имеет 9 контрактов по государственным закупкам в роли поставщика услуг. Ниже приведет список Топ-5 заказчиков услуг авиакомпании:

- АО «Авиакомпания «Россия» (1 контракт на 21 186 440 руб.),
- ГАНОУ СО «Дворец Молодёжи» (5 контрактов на 4, 65 млн руб.);
- ОАО «Международный Аэропорт Минеральные Воды» (1 контракт на 1, 9 млн руб.),
- ГАПОУ ЛО «Тихвинский Промышленно-Технологический Техникум им. Е.И. Лебедева» (1 контракт на 943, 5 тыс. руб.),
- администрация Березовского городского округа (3 контракта на 33 874 руб.) [12].

Суточный налёт самолетов авиакомпании в 2017 г. был самым высоким в мире – 15–16 ч, что было выше, чем у крупнейших мировых лоукостеров – американской «Southwest» и ирландской «Ryanair». По состоянию на сентябрь 2019 г. средний возраст воздушных судов авиакомпании составляет 2,4 г. По данным на четвертое декабря 2019 г. флот состоит из 30 самолетов, среди которых 30 Boeing 737-800. Также авиакомпанией было заказано 20 самолетов Boeing 737 MAX 8, начало поставок которых должно было прийти на начало 2020 г., но из-за приостановки сборки B737MAX и запрета на полёты этих самолётов, срок поставки может быть сильно сдвинут.

За первые 12 ч с момента запуска продаж билетов авиакомпании «Победа» было куплено 7 тыс. билетов, что является рекордом для всех европейских авиакомпаний. В апреле 2015 г. «Победа» заняла девятое место в Топ-10

крупнейших авиакомпаний России. Третьего июня того же года, компания встретила первого миллионного пассажира, а всего три месяца спустя на борт лоукостера поднялся двухмиллионный пассажир. К 2018 г. пассажирооборот авиакомпании превысил семь млн чел. в год [18].

По состоянию на первое января 2020 г. маршрутная сеть авиакомпании включает в себя более 120 регулярных туристических направлений, а также выполняет и планирует выполнять рейсы в следующие города: Анапа, Астрахань, Баден-Баден, Берлин, Бари, Братислава, Варна, Венеция, Владикавказ, Волгоград, Газипаша (Аланья), Геленджик, Гюмри, Екатеринбург, Жирона (Барселона), Зальцбург, Иркутск, Казань, Калининград, Карловы Вары, Кемерово, Кёльн, Краснодар, Красноярск, Ларнака, Лейпциг, Махачкала, Москва, Мемминге, Набережные Челны, Назрань, Нальчик, Новосибирск, Палермо, Пермь, Петрозаводск, Пиза, Реус, Рим, Ростов-на-Дону, Саратов, Самара, Санкт-Петербург, Сочи, Ставрополь, Стамбул, Сургут, Тиват, Улан-Удэ, Ульяновск, Чебоксары, Челябинск, Эйлат, Эйндрховен (Рис.1). Рейсы в Симферополь, ставшие причиной введения санкций против авиакомпании «Добролёт», выполняться не будут [28].

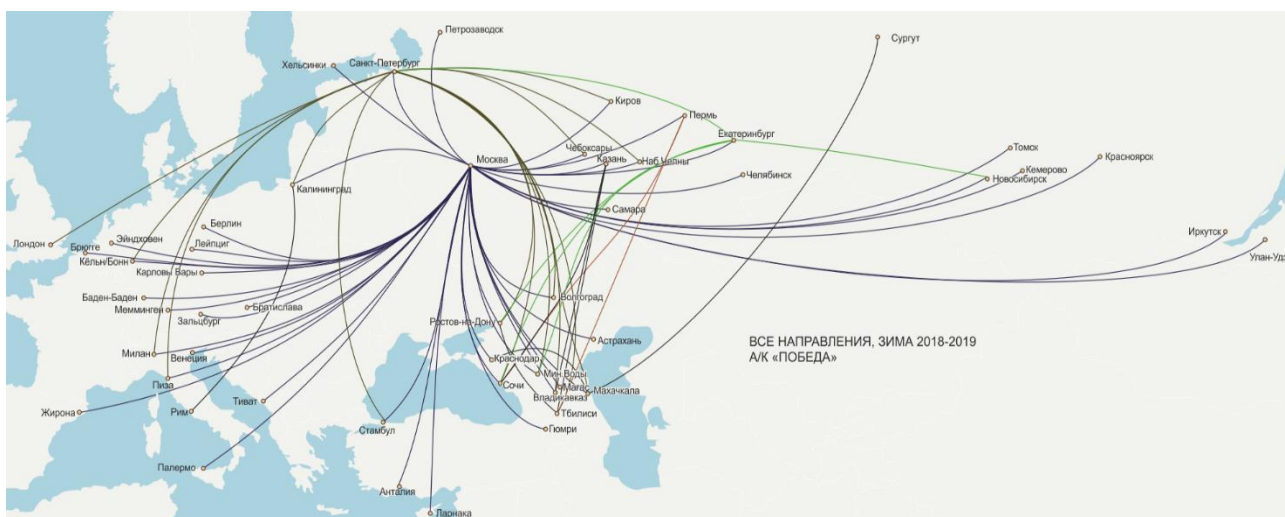


Рисунок 1 – Карта полетов авиакомпании «Победа» [28]

Объем авиаперевозок в 2017 г. вырос на 20%, а у РЖД перевозки дальнего следования, наоборот, упали. Глава авиакомпании «Победа» в интервью РКБ

высказался, что компания в том числе забирает пассажиров с железной дороги, поскольку стоимость перелета сопоставима со стоимостью билета на поезд. Также есть маршруты, на которых компания забирает почти всех пассажиров железнодорожного транспорта. Например, на маршруте из Красноярска в Новосибирск, «Победа» привлекла 100% пассажиров именно с поезда [11].

Однако, по данным годовых финансовых показателей дочернего лоукостера «Победа», по итогам 2017 г. чистая прибыль сократилась почти на 25%, до 2,8 млрд руб., а выручка выросла незначительно – до 20,6 млрд руб. Хотя в конце 2017 г. «Аэрофлот» рассчитывал на продолжающийся рост прибыли. В руководстве материнской авиакомпании сокращение результатов объяснили расширением парка лоукостера, из-за чего выросли операционные расходы [24]. Хотя уже в 2018 г. выручка компании выросла до 35,5 млрд руб. при снижении чистой прибыли до 2,013 млрд руб. Также имеются сведения о наличии исполнительных производств в отношении авиакомпании «Победа», согласно которым у компании имеется задолженность на сумму 7,9 тыс. руб. за неоплату госпошлины и за иные взыскания имущественного характера не в бюджеты РФ.

На основании вышеприведенных данных можно прийти к выводу, что авиакомпания «Победа» – единственный на данный момент в России и успешно функционирующий лоукостер, который может составить конкуренцию европейским бюджетным авиакомпаниям.

2.2 Технология предоставления услуг

Правила авиакомпании «Победы» ранее предусматривали взимание платы за провоз в салоне рюкзаков, пакетов из магазинов беспошлинной торговли и прочих предметов, которые не указаны в перечне бесплатной ручной клади [1]. По Воздушному кодексу РФ пассажир может бесплатно провезти до 10 кг багажа, а также брать на борт самолета 18 небольших предметов, в том числе дамскую сумочку или портфель, папку для бумаг, зонтик, верхнюю одежду и

ноутбук. За провоз ручной клади, не входящей в список бесплатных предметов, «Победа» взимает от 999 до 2 тыс. руб. за каждое место.

С десятого декабря 2017 г. авиакомпания «Победа» запретила пассажирам брать с собой в салон самолёта вещи, превышающие по размеру норму для бесплатной ручной клади. Количество их не ограничивается, но их максимальные габариты не должны быть больше 36х30х27 см. Услуга платного провоза багажа в салоне – отменена.

С 18 февраля 2019 г. авиакомпания «Победа» ограничила размер провоза ручной клади в самолете до 36х30х4 см, весом не более 10 кг. При этом вернулась возможность бесплатно взять с собой на борт некоторые предметы сверх нормы клади. Среди них рюкзак, портфель или дамская сумка габаритами 36х30х23 см, товары из магазинов беспошлинной торговли габаритами не более 10х10х5 см, лекарства, детское питание, букет цветов, верхняя одежда, костыли и кресло-коляска. 22 июля 2019 г. авиакомпания Победа запустила собственного туроператора. Теперь пассажир, с покупкой билета, сможет забронировать страховку и гостиницу одним пакетом. Проект будет распространяться на все рейсы в маршрутной сети авиакомпании. При этом багаж так и останется дополнительной услугой и не будет включен в турпакет изначально.

По многочисленным просьбам пассажиров авиакомпания «Победа» реализовала новую услугу на борту своих самолётов – сопровождение ребенка, путешествующего без родителей или других ответственных за него лиц. Это помогает сэкономить родителям как бюджет, так и время. Дети в возрасте от 5 до 12 лет могут совершать самостоятельный перелёт на борту лайнера, но при обязательном заказе сопровождения. Стоимость данной дополнительной услуги – 3 тыс. руб. [29].

Кроме того, для пассажиров авиакомпании «Победа» доступны также следующие услуги:

- XL места (стоимость для одного рейса от 999 руб.),
- приоритетная посадка (стоимость от 350 руб. для каждого пассажира),
- быстрый досмотр (услуга доступна только в аэропорту Бергамо),

- бизнес-зал (услуга доступна в аэропорту Краснодара, Бергамо, Внуково),
- перевозка грузов.

При приобретении услуги «приоритетная посадка» клиенты авиакомпании «Победы» получают:

- возможность пройти без очереди на выходе на посадку,
- отдельное огороженное пространство в передней части автобуса, который доставляет клиентов к самолету (при наличии автобусов),
- возможность первым выйти из автобуса при подъезде к самолету (перед основным потоком пассажиров) и первым занять свое кресло на борту.

Запущена продажа услуги «зал повышенной комфортности» в аэропорту Краснодар. Время для посадки пассажир контролирует самостоятельно, и посадка производится общим порядком с общего выхода.

Пассажиры могут быть приняты при наличии посадочного талона на посещение зала повышенного комфорта к обслуживанию не ранее, чем за 2 ч до вылета рейса. Время пребывания в зале ограничено 3 ч. Пассажиры обязаны покинуть бизнес-зал не позднее, чем за 30 мин до вылета рейса по расписанию. В случае задержки рейса, при необходимости продления пребывания в зале повышенного комфорта, пассажиры оплачивают услуги непосредственно на стойке администрации зала повышенного комфорта, в соответствии с применяемыми тарифами.

Обслуживание в Аэропорту Краснодара организуется ежедневно и круглосуточно. Регистрацию на рейс пассажиры, указанные в заявке на обслуживании в бизнес-зале, проходят самостоятельно на общих стойках, расположенных на первом этаже зала вылета внутренних авиалиний. Для обслуживания в зале повышенного комфорта пассажиры проходят спец-контроль самостоятельно.

Оформление багажа на рейс, пассажиры осуществляют самостоятельно на общих стойках регистрации, расположенных первом этаже зала вылета внутренних авиалиний. Зал повышенного комфорта расположен на втором этаже

терминала внутренних авиалиний. Аэропорт Краснодара предлагает все необходимое для комфортного ожидания вылета:

- удобный зал ожидания вылета,
- безлимитная фуршетная линия,
- Интернет-зона,
- пресса,
- детская игровая зона,
- Sony PlayStation [4].

Организация авиаперевозки груза по любому направлению полетов общество с ограниченной ответственностью «Авиакомпания «Победа» осуществляется с оформлением и оплатой через агента по продаже и оформлению грузовых перевозок ЗАО «Ю-Ти-Джи-Экспресс». Данная компания обеспечивает необходимый комплекс услуг по аэропортовому и складскому обслуживанию груза пассажиров.

С 6 марта 2020 г. лоукостер «Победа», входящий в Группу «Аэрофлот», начинает предоставлять новую услугу, в рамках которой клиент может оформить возврат денежных средств. Опция возврата билета стоит 499 руб. за один рейс. Раньше на сайте robeda.aero были доступны возвратные билеты только по самому высокому тарифу пакетного предложения, включающего услуги повышенного комфорта. Услуга возврата позволит клиенту отказаться от перелета в любое время после бронирования, но не позднее чем за 48 ч до времени вылета.

В целом, авиакомпания «Победа» обладает всем необходимым перечнем услуг, которые позволят максимально комфортно совершать как внутренние, так и международные перелеты по приемлемой цене.

2.3 Проблемы оказания услуг

По данным на 15 марта 2020 г. авиакомпания «Победа» являлась участником судебных процессов 140 раз (14 рассматриваемых и 126

завершенных дел). Лоукостер «Победа» с 2015 г. стал фигурантом проверок надзорных инстанций 44 раза, в ходе которых было выявлено 89 нарушений [25]. Минтранс России 19 февраля 2019 г., в связи с массовым поступлением жалоб граждан и публикациями в средствах массовой информации, направил в Ространснадзор запрос о проведении проверки в отношении ООО «Авиакомпания «Победа» в части нарушения законодательства при утверждении правил провоза ручной клади, вступивших в действие накануне. В Минтрансе отметили, что понуждение пассажира к выбору, которое содержится в новых правилах, противоречит федеральным авиационным правилам, которые прописаны в «Общих правилах воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требованиях к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей» [16].

В августе 2019 г. Управление Роспотребнадзора по Москве возбудило очередное административное дело в отношении авиакомпании «Победа» в связи с тем, что она не пустила пассажирку на рейс из-за превышения допустимых размеров ручной клади [27]. В ноябре 2019 г. отменена платная регистрация в зарубежных аэропортах.

Рейс этой авиакомпании десятого февраля 2020 г., который вылетевший из Санкт-Петербурга в Екатеринбург, был вынужден вернуться в аэропорт вылета из-за неисправности на борту. В последнее время компания стала все чаще попадать в СМИ страны, и в ряде случаев как фигурант громких скандалов.

В конце января 2020 г. арбитражный суд Москвы рассматривал спор, в котором истцом выступала авиакомпания, а ответчиком – бывший пассажир Александр Л. Недовольный пассажир опубликовал в своём блоге «Живого журнала» отзыв о перелёте, в котором негативно высказался о качестве предоставленных ему услуг. Большую часть высказываний признали порочащими деловую репутацию и обязали удалить. Александр упомянул о нюансах, как пассажирам с детьми выделяются места, и, что при покупке билета лоукостера родитель вполне может оказаться вдалеке от собственного несовершеннолетнего ребёнка. «Победа» в заседании указала, что это не

противоречит требованиям действующего законодательства. Между тем в базе Генпрокуратуры РФ фигурирует заключение Федеральной службы по надзору в сфере транспорта, ставшее результатом внеплановой проверки, проведённой в июне 2019 г. по жалобе пассажира. Ведомство отмечает, что «нарушено право пассажира на получение оплаченной услуги. Ухудшен уровень обслуживания пассажира по договору воздушной перевозки».

Кроме того, в июне 2019 г. была проведена внеплановая проверка деятельности авиакомпании, касающаяся жалобы пассажира на несоблюдение условий договора о перевозке животных. Гражданина не пустили на борт самолета с домашним питомцем, хотя услуга была оплачена, а провоз животного согласован.

По данным сайта «AirLines Inform» на основании 4733 отзывов и 26028 оценок авиакомпания «Победа» получила оценку 2,33 из 5. Процентное соотношение положительных, нейтральных и негативных отзывов отражено на рисунке 2. В большинство негативных отзывов пользователи ссылаются на слишком агрессивные способы авиакомпании получения дополнительного дохода, а также на проблемы с регистрацией билетов и неожиданные отмены или переносы рейсов.

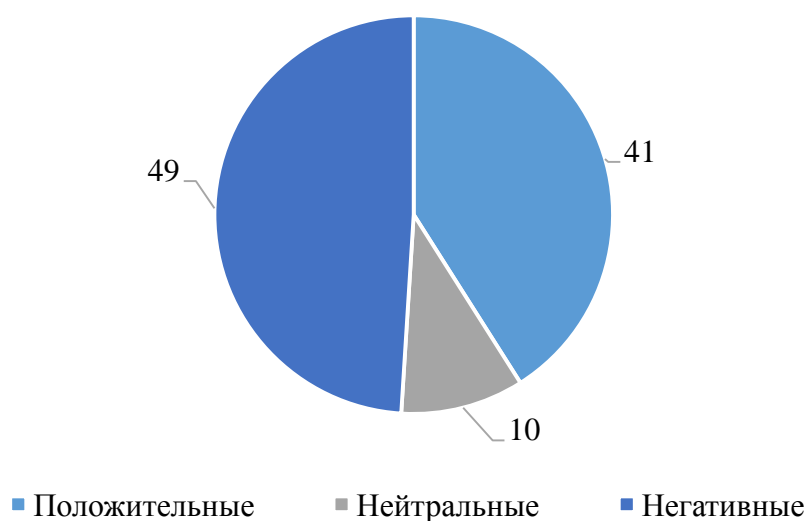


Рисунок 2 – Процентное соотношение отзывов о деятельности авиакомпании «Победа», % (составлен автором)

На сайте «Отзовик» на основании 2133 отзывов лишь 30% пассажиров, пользовавшихся услугами данного авиоперевозчика, могут рекомендовать его в дальнейшем. 1218 чел. оценивают работу авиакомпании «Победа» как «ужасную», 182 как плохую, 141 пассажир признает ее как среднюю, 235 как хорошую и лишь 345 чел. оценивают ее как отличную [19]. Наглядная демонстрация вышеуказанных данных приведена на рисунке 3.

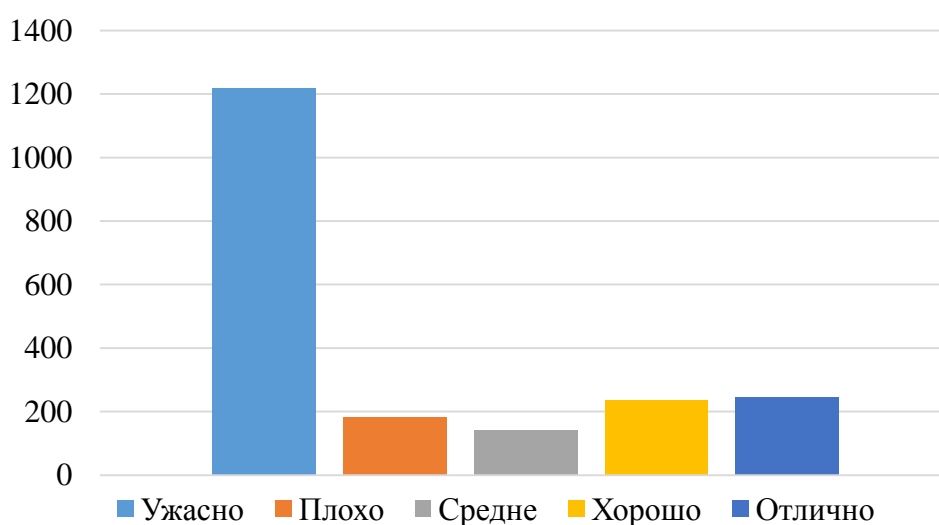


Рисунок 3 – Оценки авторов отзывов на сайте «Отзовик», чел. (составлен автором)

Среди достоинств авторы наиболее часто указывают цену и новизну самолетов. Недостатков гораздо больше: отсутствие бесплатных дополнительных услуг; затрудненная подача жалоб; платный звонок на горячую линию; отсутствие сервиса на борту; не откидывающиеся спинки кресел, что может сказаться на комфортности пребывания на борту при длительных перелетах, а также отсутствие гибкости в приеме багажа.

В связи с пандемией коронавируса 1 апреля 2020 г. все рейсы авиакомпании «Победы» были отменены. Одной из причин остановки деятельности авиакомпании является обнаружение коронавируса у нескольких сотрудников. Возобновить полёты авиакомпания планирует 31 мая 2020 г. Всем

клиентам отмененных рейсов с датами вылета в период с 1 апреля по 31 мая 2020 г. компания вернет деньги на счет в личном кабинете. Эти средства клиенты смогут в течение года потратить на любые рейсы «Победы», которые возобновятся после снятия введенных ограничений [23].

Отмена всех полетов позволит лоукостеру сосредоточить усилия на антикризисной программе, уточнили в пресс-службе «Победы». Решение «Победы» стало первым случаем в России, когда из-за вспышки коронавируса авиакомпания прекратила все свои рейсы. Эксперты Ассоциации эксплуатантов воздушного транспорта (АЭВТ, входят крупнейшие авиакомпании, кроме «Аэрофлота») сообщили 26 марта о потере авиаперевозчиками более 500 млн руб. в сутки на фоне развития пандемии и поэтапного закрытия авиасообщения. Глава АЭВТ Владимир Тасун предупредил правительство, что отмена международных рейсов прямо не поспособствует росту спроса на внутренние туристические направления России. Он также заявил о необходимости срочно принять меры господдержки на фоне стремительно растущих издержек авиакомпаний [22].

После окончания пандемии существуют два пути, по которому может пойти спрос на услуги авиаперевозчиков. Во-первых, туристы могут начать активно путешествовать после долгого застоя как на международных направлениях (когда откроют границы), так и на внутренних (при закрытых границах). Во-вторых, люди могут отказаться от путешествий из-за кризиса и недостатка свободных денежных средств или же из-за опасений за здоровье.

Таким образом, авиакомпания «Победа» имеет как явные достоинства, такие как дешевизна билетов и обширный список дополнительных услуг, так и существенные недостатки, среди которых отсутствие гибкости в приеме багажа и стремление любыми путями получить дополнительный доход.

3 Повышение аттрактивности авиакомпании «Победа»

3.1 Результаты опроса по повышению аттрактивности авиакомпании «Победа»

Аттрактивность – это одно из ключевых свойств сервисных ресурсов, свидетельствующих об их ценности, способности привлекать внимание потенциального потребителя, вызывать эмоции, возбуждать интерес. Ресурсы, обладающие аттрактивностью:

- легко доступны туристу (транспортно, технологически и информационно),
- эстетически привлекательны,
- уникальны,
- известны на туристском рынке.

Одной из важнейших задач авиакомпании «Победа» является повышение привлекательности услуг компании, а также их продвижение. Для роста аттрактивности авиакомпании «Победа» необходимо либо создавать новые (основные или дополнительные) услуги, либо разрабатывать мероприятия по продвижению уже существующих. Разработка перечня предоставляемых авиакомпанией услуг производится с учетом спроса и предпочтений целевой аудитории, ситуации на рынке и предлагаемых конкурентами услуг, а также специфики самой компании.

Для выявления мнения потребителей услуг авиакомпании «Победа» был проведен опрос, в котором приняли участие 35 чел. Методом сбора первичной информации был выбран опрос клиентов авиакомпании в г. Краснодар, основной рабочий инструмент – анкета (Приложение А).

В качестве респондентов в анкетировании привлекались люди в возрасте от 18 до 65 лет. Из них: 62,86% составили женщины и 37,14% – мужчины. Среди опрошенных 24 чел. (68,57%) в возрасте от 18 до 24 лет, 2 чел. (5,72%) в возрасте

от 25 до 44 лет, а также 8 чел. (22,86%) в возрасте от 45 до 64 лет и 1 чел. (2,85%) в возрасте 65 лет и старше (Рис.4).

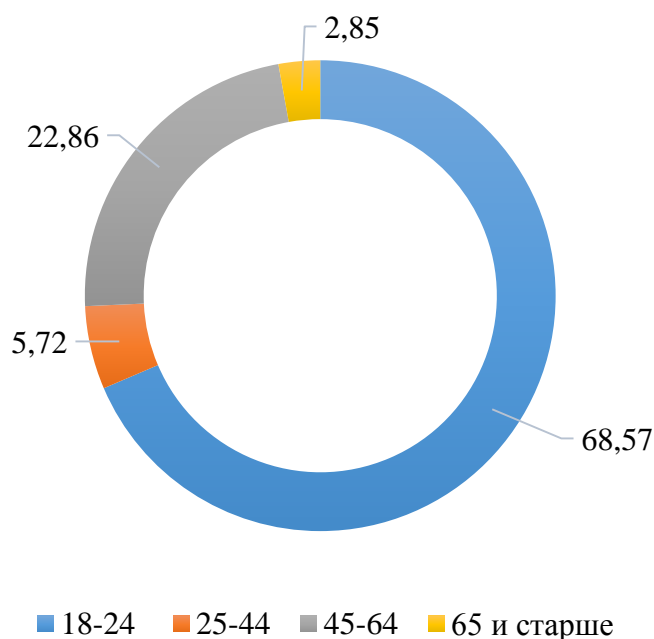


Рисунок 4 – Возраст респондентов, лет (составлен автором)

Среди опрошенных 17 чел. оказались холостые, 9 чел. помолвлены, 5 женаты или замужем, а 4 чел. разведены. Такое распределение закономерно, исходя из возраста респондентов.

Анализируя уровень дохода, можно прийти к выводу, что 51,43% (18 чел.) имеют доход ниже 30 тыс. руб., 31,43% (11 чел.) являются обладателями среднего уровня заработка (примерно 30 тыс. руб.) и только 6 чел. (17,14%) зарабатывают выше среднего уровня. Это свидетельствует о том, что основной целевой аудиторией авиакомпании «Победа» являются люди с низким достатком, поскольку это лоукостер.

Основными причинами выбора данной авиакомпании среди компаний-конкурентов были минимальные цены на направление полета, широкая география полетов и рекомендации друзей или родственников. Среди причин также были национальная принадлежность компании и беспересадочный

перелет. Уровень обслуживания на борту, рекомендация туристического агентства указывались среди причин выбора авиакомпании лишь по 1 разу, а то, что билет был включен в туристический пакет только 2 раза. Частота пользования услугами авиакомпании «Победа» за последние 2 г. распределилась следующим образом, представленном на рисунке 5.

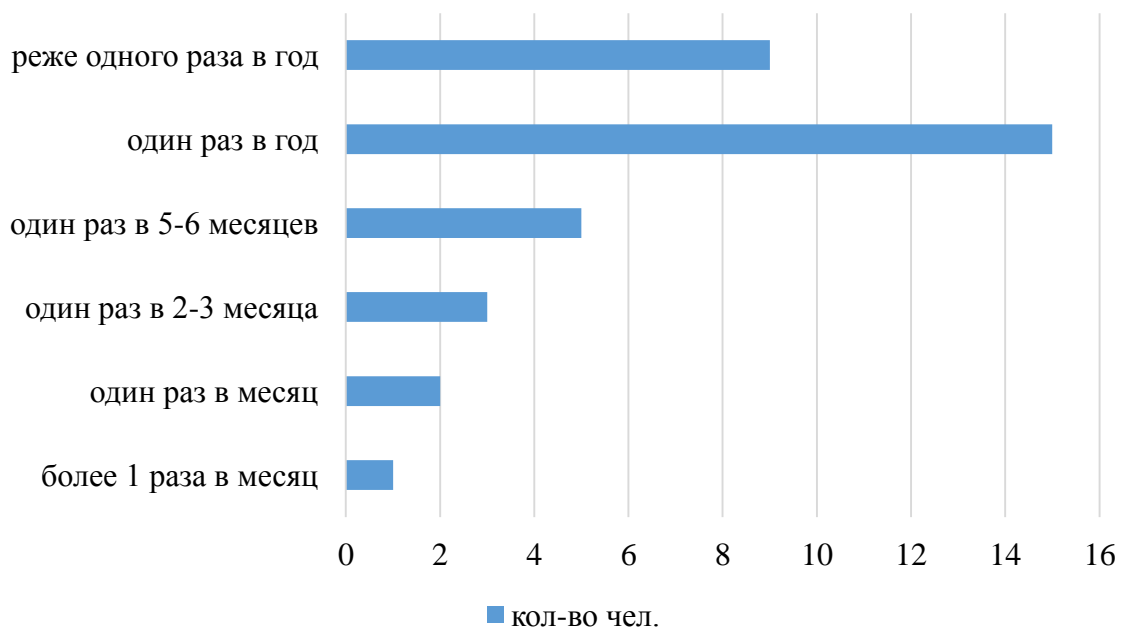


Рисунок 5 – Частота пользования услугами авиакомпании «Победа» за последние 2 г., чел. (составлен автором)

Из данных, представленных на рисунке 5, можно сделать вывод, что пассажиры авиакомпании пользуются ее услугами преимущественно один раз в год или реже. Только один респондент летал с регулярностью более одного раза в месяц.

Среди 35 опрошенных 7 чел. не устраивают цены на билеты, 28 остальных довольны тарифами на перелеты. Также 19 чел. считают цены на билеты приемлемыми, 13 чел. – средними, а 4 чел. – очень дорогими. Из числа респондентов 12 чел. оценивают уровень обслуживания на борту как хороший, 17 чел. как средний и 6 чел. считают его плохим. Качество развлекательных программ не удовлетворяет запросам большинства пассажиров авиакомпании

«Победа» (15 чел. указали вариант ответа «плохое»), 7 чел. считают его хорошим и 13 чел. оценили его, как среднее. Своевременность и сохранность багажа посчитали хорошим 45,71% (16 чел.) респондентов, средним – 37,14% (13 чел.), а плохим – 17,15% (6 чел.). Обслуживание в аэропорту указано как хорошее в большинстве анкет (данный вариант ответа выбрали 18 чел.), средним его считают 14 чел., а плохим – 3 респондента.

Далее респондентам было предложено выбрать некоторые параметры, которые они хотели бы изменить в работе авиакомпании «Победа». Ответы распределились следующим образом:

- улучшить обслуживание в аэропорту (8 ответов),
- улучшить развлекательные программы в аэропорту (9 ответов),
- добавить питание и напитки в течение полета (25 ответов),
- повысить сохранность и своевременность доставки багажа (11 ответов),
- повысить комфортабельность салонов самолетов (22 ответа),
- повысить требования к чистоте салонов самолетов (14 ответов),
- повысить точность выполнения расписания, чтобы рейсы вылетали без задержек (13 ответов),
- повысить квалификацию летного состава и пилотов (5 ответов),
- предлагать скидки, льготы и специальные предложения (7 ответов).

При оценивании удобства и сложности пользованием сайтов авиакомпании «Победа» среди 28 потребителей, которые пользуются услугой заказа авиабилетов через Интернет, мнения разделились образом, представленным на рисунке 6. Среди опрошенных 5 чел. не пользуются данной услугой, а 2 не слышали о ней.

Также пассажирам, пользующимся услугами авиакомпании «Победа», было предложено назвать свои пожелания относительно введения новых услуг для повышения attractiveness компании. Среди самых часто встречающихся вариантов ответа: возможность перевозки домашних животных весом более восьми кг в салоне самолета, питание во время полета, входящее в стоимость

авиабилета, увеличение размеров ручной клади, бесплатный Wi-Fi на борту и наличие медработника.

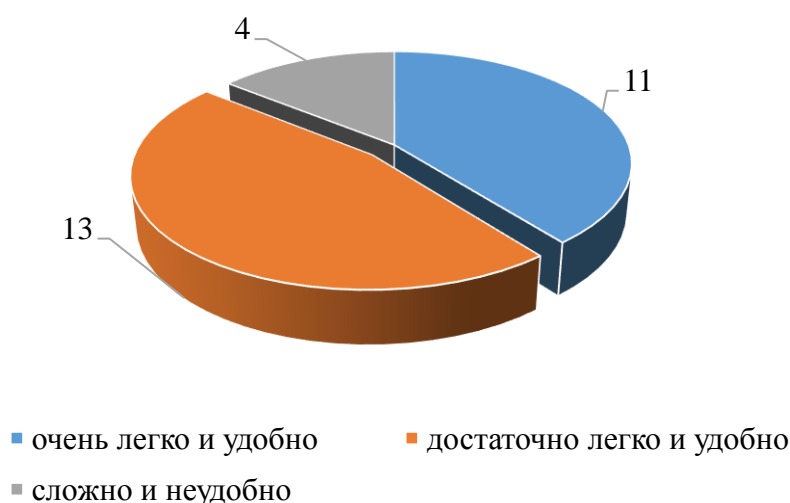


Рисунок 6 – Мнение потребителей о легкости и удобстве услуги по заказу авиабилетов через Интернет, чел. (составлен автором)

Таким образом, исходя из вышеприведенных данных, можно сделать вывод, что основной целевой аудиторией авиакомпании «Победа» являются люди в возрасте от 18 до 25 лет со средним уровнем дохода. Почти все потребители, пользующиеся услугами авиакомпании «Победа» хотели бы изменить некоторые параметры в работе компании. Среди этих изменений абсолютное большинство хотело бы ввести такую новую для авиакомпании услугу, как питание на борту.

3.2 Краткая характеристика мероприятий по повышению аттрактивности авиакомпании «Победа»

По результатам проведенного анализа мнений потребителей можно заключить, что авиакомпании «Победа» необходимо приложить усилия для того, чтобы укрепить своё положение на рынке и повысить свою конкурентоспособность и аттрактивность. Компания существует на рынке почти 6 лет, но по-прежнему мало знакома потребителям. А те, кому она знакома, в

большинстве случаев не положительно ее оценивают. Однако затраты на усиление бренда в данном случае могут оказаться высокими для компании.

Для повышения attractiveness авиакомпании «Победа» в рамках данной работы ей рекомендуется провести ребрендинг. В рамках ребрендинга предлагается:

- разработка нового, более удобного сайта,
- повышение требований к чистоте и комфортности воздушных судов,
- формирование слогана, который будет миссией для персонала и визитной карточкой для потребителя,
- проведение рекламной кампании, которая оповестит и привлечет потребителей, а также введение новых акций и специальных предложений,
- создание новых услуг, таких как питание на борту, бесплатный Wi-Fi,
- создание новой развлекательной программы на борту воздушных судов.

Такой ход даст компании показать себя с новой, лучшей стороны, исправить существующие в работе персонала ошибки. Кроме того, это будет поводом для новостей во многих информационных ресурсах.

В ходе проведения рекламной кампании для повышения узнаваемости организации предлагается ввести систему оплаты полетов подарочными сертификатами. Подарочный сертификат представляет собой оформленный на бланке строгой отчетности (или в виде пластиковой карты) документ или электронную запись, которые предоставляют возможность предъявителю сертификата оформить авиаперевозку на сумму, равную номинальной стоимости сертификата. Сертификат выдается лицу, которое оплатило его стоимость и действует ровно год со дня приобретения. Оформить авиабилет по сертификату может любое лицо, которому он будет подарен. Подарочный сертификат может служить отличным запоминающимся подарком для юбиляров, молодоженов, бизнесменов, студентов, родителей, друзей, людей, увлекающихся туризмом, а также может быть предметом мотивации сотрудников организаций.

Кроме подарочного сертификата, можно ввести предложение пассажирам расплачиваться собранными милями. Такая система давно работает у

конкурентов авиакомпании, в сознании потребителей ее наличие стало если не обязательным, то очень ожидаемым.

Авиаперевозчики постоянно конкурируют в области сервиса на борту. Они предлагают пассажирам не только более комфортные условия для перелета, но и питание в самолете. У некоторых перевозчиков эта услуга платная. Ее необходимо оплатить при покупке авиабилета или непосредственно на борту. У других она входит в стоимость перевозки. Авиакомпания «Победа» следует тоже ввести данную услугу на рейсах, продолжительность которых превышает два ч. Во время перелетов, длительностью менее двух ч., пассажирам необходимо предоставить выбор из нескольких напитков.

На данный момент в салоне самолета разрешено провозить животных (собак, кошек и птиц) весом не более восьми кг, однако бывают случаи, когда пассажирам необходимо лететь вместе со своим домашним питомцем, весом более установленной нормы. Однако многие владельцы домашних животных не хотят перевозить их в багажном отсеке. Следовательно, для повышения аттрактивности и конкурентоспособности авиакомпании необходимо разработать метод и способы, согласно которым пассажиры могли бы перевозить своих питомцев на борту самолета.

В связи с обстановкой, сложившейся из-за пандемии коронавирусной инфекции, авиакомпании следует предпринимать и развивать не только стратегию повышения аттрактивности и конкурентоспособности, но и разрабатывать антикризисную программу на случай отсутствия поддержки со стороны государства. Также не существует вероятности, что после окончания пандемии и карантина спрос на услуги авиаперевозчиков останется на прежнем уровне или увеличится на межрегиональные направления.

Таким образом, проведение вышеперечисленных мероприятий позволит авиакомпании «Победа» закрепить свои позиции на рынке, удержать старых потребителей и привлечь новых. Введение новых услуг позволит повысить аттрактивность и конкурентоспособность компании, а также увеличить ее прибыль.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Авиационный или воздушный транспорт – это один из видов транспорта, осуществляющий перевозки пассажиров, почты и грузов воздушным путём, который имеет ряд преимуществ перед другими видами транспорта. Существуют несколько видов авиационных перевозок: внутренние и международные, а также регулярные и нерегулярные (чартерные), которые, в свою очередь, разделяются на подвиды.

Услуги, предоставляемые пассажирам на борту самолета, позволяют удовлетворить потребности пассажиров и обеспечить комфортное пребывание на протяжении всего полета. Их разделяют на основные и дополнительные.

Для регулирования деятельности в мировом воздушном пространстве на протяжении разного периода истории создавались различные организации. Целью всех этих объединений является решение задач, связанных с повышением безопасности полетов, с координацией авиационной деятельности, совершенствованием системы контроля воздушной навигации. В РФ государственный надзор в области гражданской авиации осуществляет Минтранс.

Авиакомпания «Победа» – единственный на данный момент в России и успешно функционирующий лоукостер, который может составить конкуренцию европейским бюджетным авиакомпаниям. Компания входит в состав Группы «Аэрофлот», так же, как и «Аэрофлот», «Россия» и «Аврора».

ООО «Авиакомпания «Победа» обладает всем необходимым перечнем услуг, которые позволят максимально комфортно совершать как внутренние, так и международные перелеты по приемлемой цене. Среди дополнительных услуг авиакомпании можно выделить: XL места, приоритетную посадку, быстрый досмотр (услуга доступна только в аэропорту Бергамо), бизнес-зал (услуга доступна в аэропорту Краснодара, Бергамо, Внуково) и перевозку грузов.

Компания имеет как явные достоинства, такие как дешевизна билетов и обширный список дополнительных услуг, так и существенные недостатки, среди

которых отсутствие гибкости в приеме багажа, стремление любыми путями получить дополнительный доход и отсутствие питания в салоне самолета во время перелета.

Для выявления мнения потребителей о работе авиакомпании был проведен опрос методом анкетирования. Опрошенные, пользующиеся услугами данного авиаперевозчика, хотели бы изменить некоторые параметры в работе компании. На основании опроса был разработан список мероприятий, позволяющих повысить конкурентоспособность и привлекательность авиакомпании «Победа». В его рамках предполагается:

- разработка нового, более удобного сайта,
- повышение требований к чистоте и комфортности воздушных судов,
- формирование слогана, который будет миссией для персонала и визитной карточкой для потребителя,
- проведение рекламной кампании, которая оповестит и привлечет потребителей, а также введение новых акций и специальных предложений,
- создание новых услуг, таких как питание на борту, бесплатный Wi-Fi,
- создание новой развлекательной программы на борту воздушных судов,
- разработка антикризисной программы.

Таким образом, проведение вышеперечисленных мероприятий позволит авиакомпании «Победа» закрепить свои позиции на рынке, удержать старых потребителей и привлечь новых. Введение новых услуг позволит повысить привлекательность и конкурентоспособность компании, а также увеличить ее прибыль.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Авиакомпания «Победа» попросила ограничить ручную кладь одной вещью [Электронный ресурс]: Интернет-издание «Meduza». – Режим доступа: <https://meduza.io/news/2016/08/11/aviakompaniya-pobeda-poprosila-ogranichit-ruchnyu-klad-odnoy-veschyu>. – Дата обращения: 01.03.2020.

2 Адиятулина Л.И. Понятие воздушной charterной перевозки / Л.И. Адиятулина // Туризм: право и экономика. – 2019. – № 2. – С. 6–8.

3 Бессонова Ж.С. Charterные перевозки воздушным транспортом: некоторые проблемы правового регулирования / Ж.С. Бессонова. – М.: Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА), 2012.

4 Бизнес-зал [Электронный ресурс]: ООО «Авиакомпания «Победа», Группа «Аэрофлот». – Режим доступа: <https://www.pobeda.aero/information>. – Дата обращения: 04.03.2020.

5 Виды деятельности ООО «Авиакомпания «Победа» [Электронный ресурс]: Сервис проверки контрагентов «Rusprofile». – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/okved/9231687>. – Дата обращения: 07.03.2020.

6 «Воздушный кодекс Российской Федерации» от 19.03.1997 N 60-ФЗ (ред. от 18.02.2020). ВЗК РФ Статья 11. Использование воздушного пространства [Электронный ресурс]: СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=345888&fld=134&dst=100050,0&rnd=0.03029070298920944#08871905142940437>. – Дата обращения: 19.02.2020.

7 «Воздушный кодекс Российской Федерации» от 19.03.1997 N 60-ФЗ (ред. от 18.02.2020). ВЗК РФ Статья 20. Виды авиации [Электронный ресурс]: СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document>. – Дата обращения: 18.02.2020.

8 «Воздушный кодекс Российской Федерации» от 19.03.1997 N 60-ФЗ (ред. от 18.02.2020). ВЗК РФ Статья 61. Авиационное предприятие и эксплуатант

[Электронный ресурс]: СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_13744. – Дата обращения: 25.02.2020.

9 «Воздушный кодекс Российской Федерации» от 19.03.1997 N 60-ФЗ (ред. от 18.02.2020). ВЗК РФ Статья 79. Международные полеты воздушных судов [Электронный ресурс]: СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_13744. – Дата обращения: 25.02.2020.

10 «Воздушный кодекс Российской Федерации» от 19.03.1997 N 60-ФЗ (ред. от 18.02.2020). ВЗК РФ Статья 101. Воздушные перевозки [Электронный ресурс]: СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_13744/7d681d2005e13470e3e12fc2089824b3fc286a54. – Дата обращения: 22.02.2020.

11 Глава «Победы» – РБК: Вся отрасль знала про грядущий коллапс «ВИМ-Авиа» [Электронный ресурс]: Информационное агентство «РБК». – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/interview/business/28/09/2017/a7947f4bfaa223f>. – Дата обращения: 28.02.2020.

12 Заказчики ООО «Авиакомпания «Победа» [Электронный ресурс]: Сервис проверки контрагентов «Rusprofile». – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/contractors>. – Дата обращения: 07.03.2020.

13 Зимовец А.В. Международные транспортные операции. Конспект лекций / А.В. Зимовец. – Таганрог: Издательство ТИУиЭ, 2008.

14 Когда пассажир платит трижды [Электронный ресурс]: Информационно-аналитическое агентство «АвиаПорт». – Режим доступа: <https://www.aviaport.ru/news/2011/05/18/215752.html>. – Дата обращения: 25.02.2020.

15 Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М., 2007.

16 Минтранс РФ потребовал проверить законность новых правил провоза ручной клади в «Победе» [Электронный ресурс]: Информационное агентство

«Интерфакс». – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/651237>. – Дата обращения: 02.03.2020.

17 О компании [Электронный ресурс]: ООО «Авиакомпания «Победа», Группа «Аэрофлот». – Режим доступа: <https://www.pobeda.aero/about/company>. – Дата обращения: 28.02.2020.

18 ООО «Авиакомпания «Победа» Исполнительные производства [Электронный ресурс]: Сервис проверки контрагентов «Rusprofile». – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/fssp/9231687>. – Дата обращения: 07.03.2020.

19 Отзывы о авиакомпании «Победа» [Электронный ресурс]: Социальная сеть отзывов «Отзовик». – Режим доступа: https://otzovik.com/reviews/aviakompaniya_pobeda. – Дата обращения: 05.03.2020.

20 Платный багаж принес американским авиакомпаниям только 2,3% дохода [Электронный ресурс]: Интернет-журнал «Avianews.com». – Режим доступа: https://www.avianews.com/world/2016/05/4_us_luggage_fee.shtml. – Дата обращения: 20.04.2020.

21 «Победа» запретила брать в салон дополнительный багаж даже за деньги [Электронный ресурс]: Информационное агентство «РБК». – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/13/12/2017/5a311e849a7947fa8e00ee8a>. – Дата обращения: 01.03.2020.

22 «Победа» назвала коронавирус у сотрудников причиной остановки [Электронный ресурс]: Информационное агентство «РБК». – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/02/04/2020/5e85acae9a7947da152e45>. – Дата обращения: 21.04.2020.

23 «Победа» объявила о приостановке полетов [Электронный ресурс]: Информационное агентство «РИА Новости». – Режим доступа: <https://ria.ru/20200327/1569244722.html>. – Дата обращения: 16.04.2020.

24 «Победа» пошла на снижение [Электронный ресурс]: Общественно-политическая газета «Коммерсантъ». – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3561061>. – Дата обращения: 28.02.2020.

25 «Победа»: чем недовольны пассажиры и за что штрафуют авиакомпанию? [Электронный ресурс]: Интернет-издание «Regnum». – Режим доступа: <https://regnum.ru/news/economy/2853498.html>. – Дата обращения: 04.03.2020.

26 Приложение 1 к приказу Федеральной авиационной службы РФ от 18 марта 1998 г. N74 [Электронный ресурс]: Информационно-правовой портал «ГАРАНТ.РУ». – Режим доступа: <https://base.garant.ru/70743556/>. – Дата обращения 22.02.2020.

27 Роспотребнадзор возбудил дело против «Победы» из-за не попавшей на рейс пассажирки [Электронный ресурс]: Информационное агентство «Интерфакс». – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/651237>. – Дата обращения: 02.03.2020.

28 Симферополь исключен из списка направлений полетов авиакомпании «Победа» [Электронный ресурс]: Агрегатор российских региональных новостей «БезФормата». – Режим доступа: <https://sanktpeterburg.bezformata.com/loukoster-aeroflota/25236536>. – Дата обращения: 09.03.2020.

29 Сопровождение ребенка в самолете «Победы» [Электронный ресурс]: Журнал приключений «Proexpedition». – Режим доступа: <https://proexpedition.ru/pravila/pobeda-soprovozhdenie-rebenka.html>. – Дата обращения: 02.03.2020.

30 У «Аэрофлота» рекордная выручка по итогам 2019 года, но инвесторы обеспокоены коронавирусом [Электронный ресурс]: Журнал про ваши деньги «Т – Ж». – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/news/aeroflot2019>. – Дата обращения: 20.04.2020.

31 Федеральный закон «О государственном регулировании развития авиации» от 08.01.1998 N 10-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]: СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/LAW_17410. – Дата обращения 22.02.2020.

32 National Transportation Statistics [Электронный ресурс]: Bureau of Transportation Statistics. – Режим доступа: <https://www.bts.gov/topics/national-transportation-statistics>. – Дата обращения: 26.02.2020.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкета

Здравствуйте, потратьте, пожалуйста, несколько минут Вашего времени на заполнение следующей анкеты.

Анкетирование проводится в рамках написания курсовой работы «Повышение attractiveness авиакомпании «Победа» за счет создания новых услуг».

1. Назовите, пожалуйста, основные причины, по которым Вы выбираете авиакомпанию «Победа»?

- уровень обслуживания на борту
- минимальные цены на направление полета
- национальная принадлежность авиакомпании
- репутация авиакомпании
- беспосадочный перелет
- билет включен в туристический пакет
- рекомендации друзей/родственников
- рекомендации туристического агентства
- широкая география полетов

2. Как часто Вы пользовались услугами компании «Победа» за последние 2 года?

- более 1 раза в месяц
- один раз в месяц
- один раз в 2-3 месяца
- один раз в 5-6 месяцев
- один раз в год
- реже одного раза в год

3. Оцените, пожалуйста, обслуживание на борту (работа бортпроводников)?

- хорошее
- среднее
- плохое

4. Оцените, пожалуйста, качество развлекательных программ на борту (аудио, видео, газеты)?

- хорошее
- среднее
- плохое

5. Оцените, пожалуйста, сохранность и своевременность доставки багажа?

- хорошее
- среднее
- плохое

6. Оцените, пожалуйста, обслуживание в аэропорту?

- хорошее
- среднее
- плохое

7. Устраивают ли Вас цены на авиабилеты?

- Да
- Нет

8. Какие параметры Вы хотели бы изменить в работе авиакомпании «Победа»?

- улучшить обслуживание в аэропорту
- улучшить развлекательные программы на борту
- добавить питание и напитки в течение полета
- повысить сохранность и своевременность доставки багажа
- повысить комфортность салонов самолетов
- повысить требования к чистоте салонов самолетов

- повысить точность выполнения расписания, чтобы рейсы вылетали без задержек
- повысить квалификацию летного состава/пилотов
- предлагать скидки, льготы и специальные предложения

9. Оцените, пожалуйста, цены на авиабилеты:

- очень дорогие
- средние
- приемлемые

10. Пользуетесь ли Вы услугой заказа авиабилетов через Интернет?

- Да
- Нет
- Не слышал(а) о такой возможности

11. Оцените, пожалуйста, услугу заказа авиабилетов через Интернет?

- сложно и неудобно найти нужную информацию и сделать заказ
- достаточно легко и удобно найти информацию и сделать заказ, но требуется доработка
- очень легко и удобно найти нужную информацию и сделать заказ

12. Укажите, пожалуйста, Ваш пол:

- Муж.
- Жен.

13. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:

- 18-24
- 25-44
- 45-64
- 65 и больше

14. Укажите, пожалуйста, Ваше семейное положение:

- Женат/Замужем
- Разведен(а)
- Холост(ая)
- Помолвлен(а)

15. Оцените, пожалуйста, Ваш уровень дохода:

- Ниже среднего (<30 т.р. в месяц)
- Средний (~30 т.р. в месяц)
- Выше среднего (>30 т.р. в месяц)

16. Укажите, пожалуйста, какие услуги Вы хотели бы видеть у компании «Победа».

Спасибо за участие! Ваше мнение очень важно для нас.

Рисунок А.2 – Вторая сторона анкеты (фото автора)