

УДК339.138.004.01 (045)

І. Сабірона

І ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕТОДИКИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ АВІАЦІЙНИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

У статті розглядається методика підвищення якості авіаційних пасажирських перевезень шляхом впровадження принципів і методів франчайзингу у формування ефективної системи розподілу послуги бортового обслуговування. Ключові слова: авіакомпанія, послуга авіаційних пасажирських перевезень, франчайзингові відносини.

В данной статье рассматривается методика повышения качества авиационных пассажирских перевозок путем внедрения принципов и методов франчайзинга формирование эффективной системы распределения услуги бортового обслуживания.

Ключевые слова: авиакомпания, услуга авиационных пассажирских перевозок, франчайзинговые отношения.

Постановка проблеми. Основним чинником підвищення рівня конкурентоспроможності, отримання конкурентних переваг та зміцнення ринкових позицій є забезпечення високої якості надання послуг авіаційних пасажирських перевезень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема управління якістю широко розглядається в наукових роботах вітчизняних та іноземних ченів-економістів. Серед них слід відмітити Гличева А.В., Ільснкову С.Д., Ісікава К., Мішина В.М., Окрепилова В.В., Орлову П.А., Соколенко В.Н., Фомічсжа С.К., Фатху і цінова Г.А., Харрингтона Дж., Шаповала М.І.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Невирішеною частиною проблеми, яка обумовлює актуальність, є підвищення якості Послуг і її л'яційних пасажирських перевезень шляхом впровадження принципів і методів франчайзингу у формування ефективної системи розподілу послуги бортового обслуговування, як елементу комплексу послуги авіаційних пасажирських перевезень.

Основний матеріал. Оцінити якість послуги складніше, ніж оцінити якість товару, адже клієнт сприймає не тільки результат послуги, але й стає співучасником її надання. Ефективність економічної системи залежить від ефективності складових, що є елементами такої системи, тому зростання ефективності надання послуг авіаційних пасажирських перевезень, структурним елементом якої воно є. Основними показниками економічної ефективності є внутрішня норма доходності та чистий дисконтований дохід.

Внутрішня норма доходності (ВНД) (англ. internal rate of return, (IRR)) - це відсоткова ставка, при якій чистий дисконтований дохід (NPV) дорівнює

нулю. NPV розраховується на основі потоку платежів, дисконтованих до сьогодення. Іншими словами, для потоку платежів CF (Cash Flow),

Де CF_t - платіж через t років (t = 1...N) і початкової інвестиції IC (Invested Capital) в розмірі IC = -CF₀ внутрішня норма доходності IRR розраховується за формулою

$$NPV = -IC + \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} = 0 \quad (1)$$

або, щоб забезпечити фінансові надходження через певний проміжок часу з певним рівнем доходності, яка гарантує повернення вкладених коштів, необхідна сума початкової інвестиції, яка визначається за формулою (2):

$$IC = \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} \quad (2)$$

Чиста теперішня вартість (ЧТВ) або чистий дисконтований дохід є сумою дисконтованих значень потоку платежів, приведених до сьогодення. Показник NPV являє собою різницю між всіма грошовими притоками і відтоками, приведеними до поточного моменту часу (моменту оцінки інвестиційного проекту). NPV можна інтерпретувати як загальний прибуток інвестора. На користь такої інтерпретації говорить те, що відношення NPV до сукупної величини дисконтованих інвестиційних витрат є індексом прибутковості.

Іншими словами, для потоку платежів CF, де CF_t - платіж через t років (t = 1,...,N) і початкової інвестиції IC в розмірі IC = -CF₀ чистий дисконтований дохід NPV розраховується за формулою (3):

$$NPV = \sum_{t=0}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} = -IC + \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} \quad (3)$$

де i – ставка дисконтування.

В узагальненому вигляді інвестиції також слід дисконтувати, так як в реальних проектах вони здійснюються не одномоментно (в нульовому періоді), а розтягуються на декілька періодів. Розрахунок ЧТВ є стандартним методом оцінки ефективності інвестиційного проекту і визначає оцінку ефекту від інвестиції, приведену до теперішнього моменту часу з Урахуванням різної вартості грошей у часі. Оцінку реалізації запропонованого механізму підвищення якості послуг авіаційної⁴ пасажирських перевезень, який фунтується на розширенні асортименту та удосконаленні системи розподілу послуг бортового харчування на основі впровадження франчайзингової схеми, пропонується виконати на основі розрахунку чистого прибутку, що отримує компанія-франчайзер бортового обслуговування.

При оцінці вартості франчайз-пакету розраховується собівартість і ціна продажу кожного елемента, який входить до його складу. Таким чином, чистий прибуток компанії-франчайзера можна визначити за допомогою рівняння (4):

$$\begin{aligned} \text{ЧП} = & (\text{Вир.Обл.} + \text{ТМ} + \text{Техн.}) * n + \sum_{i=1}^n O_i * \alpha + \sum_{i=1}^n O_i * \beta_1 * \gamma_1 \\ & + \sum_{i=1}^n O_i * \beta_2 * \gamma_2 + \sum_{i=1}^n P_i - C_{\text{вир.обл.}} - C_{\text{техн.}} - B_{\text{прос.}} \end{aligned} \quad (4)$$

де

ЧП - чистий прибуток компанії-франчайзера, який є показником ефективності впровадження запропонованого механізму підвищення якості послуг авіаційних пасажирських перевезень;

n - кількість проданих франчайз-пакетів;

Вир.Обл. - вартість виробничого обладнання, яка включається до вартості франчайз-пакету, і є разовою вишіатою для компанії-франчайзі;

ТМ - вартість користування торговою маркою, яка включається до вартості франчайз-пакету, і є разовою виплатою для компанії-франчайзі;

Техн. - вартість технології, що є елементом диференціації компанії-франчайзера на ринку послуг бортового обслуговування, в тому числі бортового харчування, включається до вартості франчайз-пакету і є разовою виплатою для компанії-франчайзі;

O_i - обсяг реалізації компанії-франчайзі;

P_i - роялті встановлюється за домовленістю франчайзера і франчайзі у вигляді фіксованої суми або відсотків від обороту чи прибутку і виплачується періодично компанією-франчайзі в терміни, про які домовляються сторони;

a - відсоток від обороту, який виплачує кожна компанія-франчайзі на постійні заходи з просування торгової марки та підтримку мережі підприємств, які функціонують за франчайзинговою схемою;

p₁ - регулярні виплати з боку франчайзі у віхсотку від обороту, що припадає на придбання сировини і напівфабрикатів у компанії-франчайзера;

y₁ - рівень прибутковості, що встановлює франчайзер при реалізації сировини і напівфабрикатів компанії-франчайзі;

P₂ - регулярні виплати з боку франчайзі у відсотку від обороту, що припадає на придбання упаковки і витратних матеріалів у компанії-франчайзера;

y₂ - рівень прибутковості, що встановлює франчайзер при реалізації упаковки і витратних матеріалів компанії-франчайзі;

Свир.обл. — вартість виробничого обладнання, яка встановлюється компанією-постачальником для франчайзера;

Стехн. - собівартість технології

Впрос. витрати компанії-франчайзера на просування та підтримку діяльності мережі франчайзингових підприємств.

Ефективність системи розподілу оцінюється розміром чистого прибутку (ЧП), який отримує компанія-франчайзер. Обсяг ЧП прямо пропорційний кількості проданих франшиз, тобто кількості компаній-франчайзі, які входять до франчайзингової мережі.

Висновки. Спираючись на визначення економічної ефективності як результативності економічної системи, що виражається у відношенні корисних кінцевих результатів її функціонування до витрачених ресурсів, можна оцінити ефективність впровадження системи розподілу послуги бортового обслуговування з використанням франчайзингової схеми, виходячи з аналізу витрат та доходів компанії. Основними показниками економічної ефективності є внутрішня норма доходності та чистий дисконтований дохід.

Ефективність економічної системи залежить від ефективності складових, що є елементами такої системи, тому зростання ефективності послуг бортового обслуговування призведе до зростання ефективності послуг авіаційних пасажирських перевезень, структурним елементом якої вона є.

Список використаних джерел:

1. Підвищення ефективності системи дистрибуції з використанням методів та принципів франчайзингу. Звіт з науково-дослідної роботи № 69/11.01.03. - НАУ. 2010-52 с.
2. Каплан Р., Девід Н. Организация, ориентированная на стратегию. - М.: Олимп бизнес, 2004. -416 с.
3. Портер М.Э. Конкуренция: Пер. с англ. - М.: Издат. дом Вильяме. 2001. 495 с.
4. Друкер Питер Ф. Энциклопедия менеджмента.: Пер. с цим. - М.: дательский дом "Вильяме", 2004. - 432 с. глер Ф. Маркетинг менеджмент // С.- П.: ПИТЕР, 2005. - 798 с.

I.Sabirova

THE EFFECTIVENESS OF IMPLEMENTATION OF TECHNIQUE FOR AIR PASSENGER TRANSPORTATION QUALITY INCREASE

This article contains the technic for air passanger transportation quality increase Wbed on implementation of the principles and methods of francjising into the distribution Шкм of on-board service Ôn-board service is considered as an element of t^{ne} complex passenger air transportation service Dial influences the level of its quality and assists to provide the nm.wmum -an.daelion of end consumers passengers.The practical need for implementing the modern tool for service quality management has no sufficient theoretic background as far as /here are no scientific investigations that cover the overall complex of issues devote,! to the air passanger i transportation quality. High level of t hi- on-board service is realized by implementation of the effective vertically integrated distribution system The developnu nt ;. distribution system based on franchising relationship assumes

creation, usage and promotion of the trade mark in the frame of the brand marketing strategy implementation.

High quality of the air passenger transportation is the key factor for the competitiveness increase, competitive advantages obtaining, market position strengthening.

The Effectiveness of the economic system depends on the effectiveness of the elements of this system, so the growth of effectiveness of the on-board service will lead to the increase of the effectiveness of the complex air passenger transportation service. Such indices as Xci resent Value and Internal Rate of Return are the main measures for evaluation of the effectiveness of the franchising principles implementation into the distribution system of the on-board service. This article includes the formula for assessment the net profit for the franchiser during implementation of the offered technique. The net profit volume is directly proportional to the number of franchising packs, i.e. IIP of the companies that have become the members of the franchising network- Key words: airline, air passenger transportation service, franchising.