###### ЗАВДАННЯ

на виконання курсової роботи

Тема курсової роботи:

**«Транспортне підприємство АЕРОСВІТ як складна система. Системний підхід до аналізу діяльності транспортного підприємства»**

Дана курсова робота має на меті закріпити теоретичні знання по загальній теорії систем та процедурі системного аналізу, а також отримати практичні навички застосування системного підходу до аналізу діяльності транспортного підприємства як складної системи. Довести, що будь-яке транспортне підприємство можна розглядати як складну систему.

Дана робота складається зі вступу, теоретичної частини, аналітичної частини, висновку та списка використанної літератури, що в сумі складає 33сторінок. В теоретичній частині описується транспортне підприємство у термінах теорії систем, проводиться характеристика системи та її складових частин, а також приводяться докази того, що авіакомпанія «АероСвіт» а складною системою, подається структура

В аналітичній частині проводиться аналіз основних показників діяльності підприємства, визначаються його цілі та задачі. Також описується структура системи, підсистем, елементів та особливості зовнішнього середовища. Дана робота містить 6 рисунків та 2 таблиці.

При виконанні курсової роботи використовував системний підхід для аналізу транспортного підприємства як складної системи. Системний підхід направлений на виявлення різноманітних типів зв’язків складного об’єкта та об’єднання їх в єдину теоретичну картину. Перевагами системного підходу є те, що він розширює межі пізнання. Заснований на пошуку механізмів цілісності та вияві технологій його зв’язків, системний підхід дозволяє по-новому пояснить сущність багатьох речей.

Основними показниками аналізу транспортного підприємства є показники роботи авіакомпанії, структура комплексів (виробничого, технічного, комерційного інш.), географія польотів, склад парку літаків, співпраця з іншими провідними авіакомпаніями та інш.

**План**

I. Теоретична частина

1.1 Опис транспортного підприємства в термінах теорії систем

1.2 Характеристика системи та її властивості

II. Аналітична частина

2.1 Опис структури транспортного підприємства (по декільком ознакам) та структури його підсистем, їх аналіз

2.2 Опис особливостей зовнішнього середовища транспортного підприємства

2.3 Аналіз основних показників діяльності транспортного підприємства, визначення головної цілі, інших цілей

III. Висновок

Список використаної літератури

**Вступ**

Останнім часом авіаційні перевезення набувають все більшого значення і посідають чи не перші місця у швидкості перевезень, зручності, якості перевезень як пасажирських, так і вантажних на різні відстані у найвіддаленіші куточки світу. У наш час пасажир або вантаж можуть бути доставлені у будь-яку країну за незначний проміжок часу.

Кожному транспортному підприємству довелося подолати низку проблем щоб досягти тих результатів, які воно має зараз. Існує велика кількість факторів, які гальмують ріст кожного підприємства або створюють перешкоди на його розвитку. Це як внутрішні проблеми (організація роботи підприємства, керуючий персонал та інш.), так і зовнішні (загальний рівень розвитку економіки країни, політична ситуація, конкурентність тощо). Саме тому необхідно розглядати підприємство з точки зору системного аналізу, щоб виявити взаємозв’язки між структурними підрозділами та основними елементами та компонентами, що, в свою чергу, дає можливість проаналізувати недоліки та переваги в роботі організації, її зв’язки із зовнішнім середовищем та зробити обгрунтовані наукові висновки для поліпшення конкурентноспроможності підприємства та подальшого його розвитку. В даній курсовій роботі розглядається авіакомпанія «АероСвіт» як транспортне підприємство, як складна система. Об’єктами аналізу виступають структура підприємства, функціональні зв’зки між різними елементами системи та зовнішнім середовищем, а також основні показники роботи підприємства.

1. **Теоретична частина**

**1.1 Опис транспортного підприємства в термінах теорії систем**

Система – множина взаємопов’язаних елементів, які складають єдине ціле.

Доведемо, що авіакомпанія «АероСвіт» є системою за таким показником, як ознаки системи. Система має наступні ознаки:

1. Цілісність, зв’язковість або відносна незалежність.
2. Наявність підсистем та зв’язків між ними.
3. Наявність зв’язків з навколишнім середовищем.
4. Підпорядкованість всієї організації певній цілі.

Розглянемо ці ознаки. Авіакомпанія «АероСвіт» є єдиною цілісною організацією (перша ознака - цілісність), яка має у своєму складі різні відділи, підрозділи, служби, а також представництва в інших країнах, свою агентську мережу, які мають тісні зв’язки (з організації перевезень пасажирів, вантажів, пошти, організації роботи технічного персоналу, льотного персоналу та інш.). Ці комплекси є підсистемами системи авіакомпанії. Різноманітні служби та підрозділи підприємства є компонентами системи. Авіакомпанія «АероСвіт» постійно співпрацює з іншими провідними авіакомпаніями, які є лідерами авіаційних перевезень на міжнародному рівні, різними аеропортами, представництвами, агентами, брокерами, виконує всі вимоги чинного законодавства, міжнародних правових документів, встановлених правил міжнародних авіаційних організацій. Розширюючи свою сітку польотів, парк ПС, відкриваючи нові представництва, підписуючи нові договори та створюючи альянс з «ДонбасАеро», підприємство стає конкурентноспроможним. Всі ці чинники вказують на наявність зв’язків з навколишнім середовищем. Це означає, що підприємство має ще і другу та третю ознаки.

Звичайно, що авіакомпанія «АероСвіт», як і будь-яка інша організація чи фірма, має на меті певні поставлені цілі. Це, наприклад, отримання прибутку, втримання лідируючих позицій на ринку авіаційних перевезень, бути конкурентноздатним підприємством, підвищувати статистичні та фінансово-економічні показники роботи і т.д. Це дає можливість підтвердити наявність четвертої ознаки - підпорядкованість всієї організації певним цілям.

Підводячи підсумки вищеперерахованого, авіакомпанія «АероСвіт» є системою за всіма ознаками.

Якщо розглядати підрозділи, відділи, служби авіакомпанії як підсистеми, то тоді їх можна аналізувати як окремі системи зі своїми структурними елементами та взаємозв’язками. З іншого боку, авіакомпанія «АероСвіт» є надсистемою відносно цих систем.

Тобто, для повного аналізу необхідно встановити місце розглядаємої системи в надсистемі та розглянути підсистеми і виявити зв’язки з елементами надсистем та підсистем.

**1.2 Характеристика системи та її властивості**

Розглядаючи транспортне підприємство, а саме, авіакомпанію «АероСвіт», можна охарактеризувати його як соціально-технічну систему. Пояснимо чому: авіакомпанія у своєму складі має значний обслуговуючий персонал, льотний персонал, технічний персонал по обслуговуванню ПС та інш. Ці елементи характеризують підприємство як соціальну систему. Наявність флоту ПС та інших матеріало-технічних засобів підтверджують, що компанія є технічною системою.

Авіакомпанія «АероСвіт» є дуже складною системою, адже в її складі існує велика кількість систем, підсистем, елементів, які знаходяться у тісних взаємозв’язках як між собою, так і з зовнішніми системами. Так як дана система є складною, це означає, що вона є поліфункціональною (бо дане підприємство виконує найрізноманітніші функції – навчання персоналу, організація пасажирських та вантажних перевезень, ремонт та обслуговування ПС тощо) та багатоцільовою (підприємство ставить собі цілі в залежності від виконуваних функцій. Так як значна кількість функцій, то і відповідно велика кількість цілей).

Дана система є реальною (бо насправді існує), відкритою, бо присутній обмін з навколишнім середовищем; за описом змінних – змішаною (є в наявності як якісні, так і кількісні змінні); за походженням - штучною(створена людиною і функціонує за допомогою людського фактора); за ступінню організованості – є організованою системою (існує чітко виражена організаційна структура); за способом управління – комбінованою (адже авіакомпанія регулюється і ззовні (закони, нормативні акти та документи, міжнародні конвенції, конкуренція тощо) і зсередини (організація роботи персоналу, організація роботи з ремонту повітряних суден, організація роботи обслуговуючого персоналу тощо); за характером взаємодії елементів є координаційно-ієрархічною (бо можна прослідкувати і рівноправні елементи, і елементи підпорядкування). Авіакомпанію можна охарактеризувати як адаптаційну, бо вона здатна пристосовуватися до змін зовнішніх факторів і при цьому не втрачати своєї ідентичності. З цього можна зробити висновок, що дана система також є динамічною.

1. **Аналітична частина**

**2.1 Опис структури транспортного підприємства (за кількома ознаками) та структури його підсистем, їх аналіз**

**Структура системи** – це сукупність стійких зв’язків та відносин між елементами та компонентами системи по відношенню до певних змін, які забезпечують цілісність системи.

Авіакомпанія «АероСвіт» має чітко виражену організаційну структуру – низку філій, відділів, різноманітних комплексів (виробничий, комерційний, фінансовий тощо), які мають налагоджену роботу по забезпеченню регулярних пасажирських перевезень, перевезень вантажу та пошти, відмінної роботи системи бронювання квитків, системи реєстрації, обслуговування ПС та проведення ремонтних робіт та інш. Елементами даної структури можна вважати обслуговування пасажирів, підготовки кадрів, проведення деяких завантажувально-розвантажувальних робіт, ремонт ПС, перевірка ПС перед рейсом тощо.

Також підприємство має керуючий склад, якому підпорядковуються всі керівники відділів, служб, підрозділів. На рис.1 зображені зв’язки між різними рівнями управління авіакомпанією.

Наглядацька рада

Глава наглядацької ради

Голова правління

Генеральний директор авіакомпанії

Заступник Генерального директора по експлуатації

Заступник Генерального директора по комерційній роботі

Заступник Генерального директора по економічних і фінансових питаннях

Заступник Генерального директора по авіаційній безпеці

Загальні збори Засновників

Рада акціонерів

Рис. 1. Структура управління авіакомпанією «АероСвіт»

Даний рисунок ілюструє структуру управління авіакомпанією. Так як підприємство є закритим акціонерним товариством то в голові всієї компанії стоїть Рада Акціонерів. Діяльність авіакомпанії регулюється Загальними зборами Засновників, яким у свою чергу підкоряється Наглядацька Рада на чолі із Главою Наглядацької Ради. Правління авіакомпанії ''АероСвіт'' очолює Генеральний директор авіакомпанії.

З точки зору системного аналізу Загальні збори Засновників, рада директорів, наглядова рада, голова правління є компонентами системи.

Розглянемо детальніше структуру авіакомпанії «АероСвіт» з погляду системного аналізу. Підприємство має наступні підсистеми:

1. Виробничий комплекс на чолі із Заступником Генерального директора по експлуатації;
2. Комерційний комплекс на чолі із Заступником Генерального директора по комерційній роботі;
3. Фінансовий комплекс на чолі із Заступником Генерального директора по економічних і фінансових питаннях;
4. Комплекс забезпечення на чолі із Заступником Генерального директора по авіаційній безпеці.

Дані комплекси можна виділити як окремі системи, які, в свою чергу, також можна виокремити на різні підсистеми зі своїми структурними елементами. Розглянемо кожний комплекс окремо.

До складу **виробничого комплексу** входять наступні підрозділи:

* + директорат по обслуговуванню пасажирів;
  + служба пасажирських перевезень;
  + служба екіпажів пасажирської кабіни;
  + відділ забезпечення сервісом;
  + група провідних інженерів виробництва;
  + служба контролю підготовки літаків до вильоту;
  + об'єднана диспетчерська служба;
  + служба ПММ;
  + транспортний відділ;
  + відділ будівництва й експлуатації наземних споруджень;
  + група МТП.

Заступникові Генерального директора по **технічному обслуговуванню** підкоряються:

* начальник технічної служби (відділ планування й контролю, відділ інженерної підтримки, відділ технічної документації)
* начальник виробничої служби (відділ підтримки літної придатності, відділ технічного обслуговування, відділ постачання запасними частинами, відділ підтримки інтер'єра, відділ замовлень і логістики)

У підпорядкуванні Заступника генерального директора по **організації літної роботи:**

* + літний загін;
  + відділ навігаційного забезпечення польотів.

**Комерційний комплекс** поєднує наступні структурні підрозділи:

* директор маркетингу (відділ координації авіаліній, група розкладу, чартерна група, відділ агентського й корпоративного продажу);
* директор керування доходами(відділ тарифної політики, відділ керування комерційними завантаженнями, відділ власного продажу, група спеціальних програм продажу);
* директор поштово-вантажних перевезень;
* виробничо-диспетчерська група;
* відділ реклами й фірмового стилю;
* директор зовнішніх зв'язків (відділ договорів, відділ зв'язків з організаціями цивільної авіації й розвитку співробітництва з авіакомпаніями)

**Фінансовий комплекс** складається з наступних відділів:

* фінансовий директорат;
* економічний відділ;
* відділ керування коштами;
* відділ бухгалтерського обліку;
* центр взаєморозрахунків.

До складу **комплексу забезпечення** входять:

- відділ авіаційної безпеки;

- відділ забезпечення безпеки;

- інспекція безпеки польотів;

- відділ інформаційних технологій;

- служба охорони праці;

- представництва авіакомпанії.

Проілюструємо дані комплекси та відділи та зв’язки між ними на рис. 2.

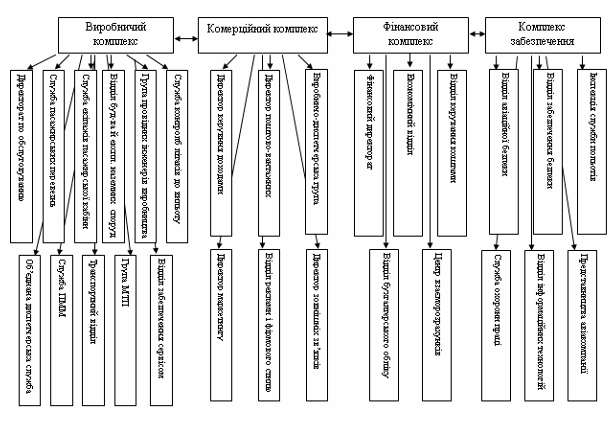


Рис. 2. Структура авіакомпанії «АероСвіт»

На рис. 2 можна чітко простежити, на які підсистеми (в нашому випадку комплекси, служби та відділи) поділяється авіакомпанія. Можна також розглядати виробничий, комерційний, фінансовий комплекси та комплекс забезпечення як окремі системи. Тоді відділи та служби будуть підсистемами відносно цих комплексів, а підприємство в цілому – надсистема.

**Структура парку повітряних суден.**

Флот повітряних суден авіакомпанії з липня 2006 року складається вже з дванадцяти сучасних авіалайнерів. Їх кількість наведена в таблиці 1:

Таблиця 1.

|  |  |
| --- | --- |
| Тип повітряного судна | Кількість, шт |
| Boeing 737-200 | 1 |
| Boeing 737-300 | 2 |
| Boeing 737-400 | 7 |
| Boeing 737-500 | 1 |
| Boeing 767-ER | 2 |

Збільшення флоту – плановий етап розвитку авіакомпанією перевезень на вже опанованих маршрутах. Це дозволить «АероСвітові» оптимізувати стикування внутрішніх, середньо магістральних і трансатлантичних рейсів, а також збільшити трансферні пасажирські потоки через базовий аеропорт «Бориспіль».

**Система перевірок кваліфікації технічного персоналу.**

Надійність і безпека польотів забезпечується комплексною системою щорічних перевірок технічного стану літаків авіакомпанії в кращих сервісних центрах Західної Європи, регулярною перепідготовкою екіпажів на базах компаній "Саrnіvаl Airlines" (США), "Olympic Airways" (Греція) і "Czech Airlines" (Чехія).

Технічний персонал авіакомпанії щорічно проходить теоретичні і практичні заняття в навчальних центрах компаній "Boeing" (США), "Aeroplex" (Угорщина), "Olympic Airways" (Греція).

Юридичний відділ й Адміністративний директор, що керує відділом по роботі з персоналом, господарським відділом, відділом документаційного забезпечення підкоряються прямо Генеральному директорові Авіакомпанії.

**Географія польотів авіакомпанії «АероСвіт»**

На сьогоднішній день авіакомпанія виконує 52 міжнародних рейса в 27 країн світу:

Болгарія (Софія, Бургас, Варна),Греція (Афіни, Гераклион, Фесалоники), Єгипет (Хургада, Шарм Ялина Шейх, Каїр), Естониія (Таллін), Ізраїль (Тель-Авів), Індія (Делі), Канада (Торонто), Кіпр (Ларнака, Пафос), Латвія (Рига), Мальта (Валетта), ОАЭ (Дубаи), Польща (Варшава), Росія (Москва), Сербія й Чорногорія(Белград), США (Нью-Йорк), Швеція (Стокгольм), Таїланд (Банкок), Туреччина (Стамбул, Измир, Анталия, Даламан), Туркменістан (Ашгабат), Угорщина (Будапешт), Чехія (Прага).

Авіакомпанії вдалося закласти основу для побудови досить логічної з географічної точки зору мережі повітряних ліній, що може бути досить ефективною при застосуванні продуманої тактики продажів і тарифної політики.

Розвиток партнерських відносин є одним з напрямків збільшення обсягів мережних перевезень за рахунок підключення до власної мережі - мереж інших перевізників, разом з їхніми системами продажів.

Значна увага приділяється спробам інтеграції мережі авіакомпанії в мережі глобальних альянсів через співробітництво, наприклад, з KL, BA, LH, AF, а також у локальні й регіональні мережі PS, 6U, SU, UN і мережі інших місцевих перевізників для підживлення своїх ліній у вузлових крапках своєї мережі. Інтеграція в глобальні мережі авіаперевезень дозволить авіакомпанії одержати “дорогих” пасажирів, дозволить збільшити частку валютного виторгу в загальному розмірі виручки авіакомпанії.

На всеукраїнському ринку авіаперевезень (внутрішні повітряні лінії) "АероСвіт " відкритий для широкого співробітництва. Загальна економічна ситуація на Україні не дозволяє планувати виконання великомасштабної внутріукраїнської програми польотів на власному парку ПС, тому ставляться завдання розширення співробітництва з авіакомпанією "Національні Авіалінії України" по спільному виконанню внутрішньо-української програми польотів. Крім того, необхідно шукати взаємоприйняті варіанти співробітництва з регіональними Українськими перевізниками.

Створення власної ефективної мережі внутрішньо-українських перевезень є, крім однієї з умов формування транспортного вузла в аеропорті “Бориспіль”, також ключем для залучення партнерів до активного співробітництва на ринку.

Завдання побудови внутрішньої мережі на власному парку Боїнг 737-200 у цей час важкі і вимагає насамперед як зміни загальної економічної ситуації в Україні так і рішення проблеми ставок і зборів, які стягують із експлуатантів при внутрішніх перевезеннях.

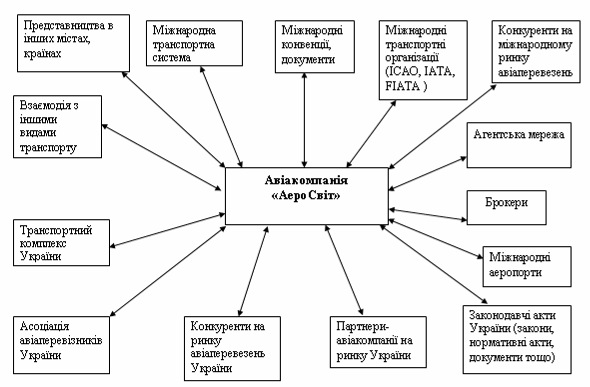
Обраний шлях, через участь у спільних проектах з іншими українськими перевізниками, здається економічно менш ризикованим, однак, спричиняє необхідність рішення цілого ряду інших складних завдань, у тому числі узгодження загальної політики перевезень, концепції побудови розкладу й т.д.

Тісне співробітництво авіакомпанії "АероСвіт" з українськими й закордонними авіаперевізниками заощаджує час пасажирів, сприяє поліпшенню якості обслуговування, робить зручним стикування з рейсами інших авіакомпаній миру.

**2.2 Опис особливостей зовнішнього середовища транспортного підприємства**

Зовнішнє середовище – це певна множина елементів або систем, які знаходяться поза межами даної системи, які взаємодіють з нею та на неї, але не належать їй. До факторів зовнішнього середовища авіакомпанії «АероСвіт» можна віднести:

* авіакомпанії-партнери як на ринку авіаційних перевезень України, так і на міжнародному рівні;
* різноманітні Закони, законодавчі акти, нормативні документи, Загальні правила перевезення, єдині для усіх перевізників, Міжнародні конвенції, документи тощо;
* агенства, представництва, брокери як в Україні, так і закордоном;
* конкуренти на міжнародному ринку та на ринку України за всіма видами авіаційних перевезень (пасажирські, вантажні, багажу та пошти);
* взаємодія з усіма видами транспорту;
* співпраця з аеропортами, що мають статус міжнародних та інш.



Конкуренти на міжнародному ринку авіаперевезень

Законодавчі акти України (закони, нормативні акти, документи тощо)

Рис.3 Авіакомпанія «АероСвіт» як підсистема відносно до зовнішнього середовища (надсистеми).

Агентська мережа

Брокери

Міжнародні аеропорти

Рис.3 доводить, що авіакомпанію «АероСвіт» можна розглядати як систему в цілому, як підсистему у великій системі перевезень, співпраці з провідними авіакомпаніями. Також на рис.3 зображені тісні взаємозв’язки з багатьма компонентами зовнішнього середовища. Наприклад, авіакомпанія тісно співпрацює з іншими авіаперевізниками. Це дає їй змогу розширювати карту польотів, збільшувати дальність польотів, підвищувати пасажирообіг, вантажообіг, а також отримувати певні навики, вивчати нові можливості та покращувати якість обслуговування на основі взаємообміну зі своїми партнерами. Авіакомпанії, з якими співпрацює «АероСвіт», також, в свою чергу, розширюють геогрфію польотів, покращують показники ефективності своєї роботи тощо. «АероСвіт» тісно співпрацює з ведучими європейськими авіакомпаніями в рамках угод про спільну експлуатацію повітряних ліній. До їх числа входять такі визнані авіакомпанії, як "Malev", "Olympic Airways", "CSA", "LOT", "Міжнародні Авіалінії України", "Air Baltic", "Estonian Air". Крім того, "АероСвіт" має близько 90 угод про взаємне визнання перевізної документації з авіакомпаніями, серед яких такі лідери в області авіаперевезень, як "Delta", "Lufthansa", "Finnair", "British Airways", "Austrian Airlines", "Northwest Airlines", "Air Canada" і т.д.

Розглянемо інший фактор зовнішнього середовища – конкуренти. Завдяки тому, що на ринку авіаперевезень існують інші компанії, «АероСвіту» необхідно постійно покращувати якість свого обслуговування, впроводжувати нові технології чи то регістрації, чи то бронювання авіаквитків, слідкувати за роботою своїх агентів, перевіряти кваліфікацію своїх співробітників та проводити курси по підвищенню кваліфікації, перевіряти технічну оснащеність ангарів тощо. Все це робиться задля утримання провідних позицій на ринку авіаперевезень як України, так і закордоном.

Тобто, дані приклади довели, що авіакомпанія «АероСвіт» є підсистемою у великій системі перевезень і має тісні налагоджені зв’язки з усіма компонентами зовнішнього середовища.

**2.3 Аналіз основних видів діяльності транспортного підприємства, визначення головної цілі, інших цілей**

Кожна система окрім структури, функцій, елементів обов’язково переслідує певну ціль, задачі. Ціль системи – це пріоритетний для системи стан, який найчастіше виражають у вигляді цільової функції.

**Цілі авіакомпанії «АероСвіт».**

Будь-яке транспортне підприємство на своїй меті має певну кількість поставлених задач, цілей. І кожна компанія намагається якнайповніше їх реалізувати. Так як авіакомпанія функціонує в умовах ринкової економіки основною задачею є конкурентна здатність підприємства, підвищення якості обслуговування пасажирів, розширення парку ПС та географії польотів, утримання позицій на ринку авіаційних перевезень і, звичайно, отримання прибутку. Даними питаннями займається відділ маркетингу.

Вирішуючи завдання одержання стійкого прибутку, служба маркетингу варіює складовими ринку - частотою польотів, їхнім розподілом по сезонах і за часом доби, структурою комерційного завантаження, тарифами й пільгами, а також мережею авіаліній.

Служба маркетингу покликана забезпечувати відповідність попиту на перевезення й можливості його задоволення. Якщо попит на перевезення починає падати, маркетологи повинні з'ясувати причини й вжити відповідних заходів по їхньому усуненню. Такими мірами можуть бути: поліпшення іміджу компанії, підвищення якості обслуговування, перегляд структури тарифів, складання більше зручного для клієнтури розкладу польотів. Приведення пропонованих ємностей у відповідність із попитом може бути досягнуте шляхом скорочення частоти польотів, зменшення кількості пропонованих крісел у тиждень на даній лінії й навіть тимчасовому припиненні польотів на певних лініях.

Важливим моментом підвищення конкурентноздатності авіакомпанії на ринку міжнародних перевезень є вплив маркетингу на власне виробництво й фінансування з метою підвищення стійкого прибутку. Цей вплив здійснюється за допомогою спеціальних програм модернізації виробництва :

- удосконалювання інфраструктури повітряних перевезень, що перебуває у веденні авіакомпанії;

- удосконалювання системи комерційного обслуговування;

- поліпшення підготовки персоналу;

- удосконалювання системи продажу перевезень;

- удосконалювання організаційної структури авіакомпанії.

Ця функція маркетингу передбачає також поліпшення координації діяльності всіх структурних підрозділів авіакомпанії, для того щоб остання працювала як єдина система авіатранспортного виробництва. Недоліком існуючої системи керування є те, що вона функціонує не як інтегральна система, а як сума дій окремих ієрархічних підрозділів, кожне з яких має свою мету, часом протилежні цілям суміжних підрозділів. Наприклад, комерційну службу можуть цікавити доходи, але не стосуються витрати, фінансова ж служба, навпроти, зайнята лише бюджетом; літна служба, служба постачання, наземні служби можуть мати свої завдання, не зв'язані єдиними цілями авіакомпанії. Керівництво компанії, що має у своєму розпорядженні такі важелі, як авіатранспортне виробництво, система цін і система продажу, повинне знайти оптимальну комбінацію цих коштів впливу на ринок з метою його освоєння й забезпечення успіху в конкурентній боротьбі з іншими авіакомпаніями.

Не менш важливу роль відіграє і комерційна служба, яка виконує наступні функції:

- здійснює залучення пасажирів і вантажної клієнтури на рейси авіакомпанії і відповідно контролює продаж пасажирських і вантажних перевезень через представництва й агентів авіакомпанії;

- розробляє й проводить заходи щодо підвищення економічної ефективності діючих міжнародних ліній і по відкриттю нових;

- здійснює контроль за максимальним використанням провізної спроможності літаків і проводить заходи щодо підвищення економічного завантаження літаків;

- вивчає кон'юнктуру ринків міжнародних перевезень і попит на пасажирські й вантажні перевезення й розробляє перспективні плани розвитку мережі авіакомпанії ''АероСвіт '';

- координує й контролює комерційну діяльність представництв авіакомпанії за кордоном;

- контролює роботу й здійснює заходи щодо розширення мережі агентів у справах продажу перевезень на рейси ''АероСвіт '';

- здійснює розрахунки з іноземними авіакомпаніями, фірмами й іншими організаціями за отримані й надавані послуги;

- контролює звітність представництв по проданих перевезеннях.

Більш наглядно цілі, задачі та можливі шляхи їх вирішення зображені на рис. 4.



**Кількість рейсів виконаних авіакомпанією**

Завдяки розширенню авіапарку компанія вже в липні – серпні 2005 року активізувала польоти на багатьох регулярних повітряних напрямках.

Як показують статистичні дані, протягом усього періоду діяльності авіакомпанії «АероСвіт» на українському ринку авіаперевезень кількість щорічно виконуваних рейсів постійно збільшується, що свідчить про процес розвитку компанії, а також посиленні її позицій на ринку.



Рис. 5. динаміка кількості виконаних рейсів в період з 1994 по 2005 рік.

Постійний ріст кількості рейсів обумовлений як відкриттям нових авіаліній, так і збільшенням частот на вже наявних маршрутах.

За підсумками 2005 року авіакомпанія «АероСвіт» стала найбільшою пасажирською авіакомпанією України. Та й у цілому за весь період діяльності авіакомпанії, починаючи з 1995 року, спостерігається відносно стабільний ріст даного показника. Виключення становить лише 1998 рік, коли спостерігається незначне зниження обсягів пасажирських перевезень стосовно попереднього року. Це порушено економічною кризою в Росії, яка повела за собою нестабільність валютного курсу, обвал рубля й, як слідство, зниження купівельної спроможності населення, що у свою чергу спричинило втрату як уже наявних, так і потенційних пасажирів авіакомпанії.



Рис. 6. динаміка перевезення пасажирів у період з 1994 по 2005 роки

Виходячи з даних діаграми можна зробити висновок, що авіакомпанія на початку своєї роботи перевозила незначну кількість пасажирів (порівняно з 2005 роком). Проте можна спостерігати стрімкий ріст авіаперевезень з 2002 року. Це спричинено розширенням карти польотів та парку ПС. Лише у 1998 році відбувся спад об’ємів перевезення, але потім пасажиропотік постійно зростає. Сьогодні авіакомпанії вдається не тільки зберегти, але й утримати свої ринкові позиції. Збільшення частки ринку, постійне зростання виробництва й обсягів перевезень забезпечує стабільне зростання доходів авіакомпанії.

Проаналізуємо тепер роботу авіакомпанії «АероСвіт» виходячи з даних за 9 місяців 2007 року та відповідно 9 місяців 2008 року.

Таблиця 2.

Статистичні дані по авіакомпанії «АероСвіт» за 9 місяців за 2007 та 2008 р.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Одиницівиміру** | **Всього** | | | **у т. ч. міжн.** | | |
| **9 міс.2007р.** | **9 міс.2008 р.** | **%08/07** | **9 міс.2007р.** | **9 міс.2008р.** | **%08/07** | |
| Перевезено пасажирів | тис.чол. | 3267,4 | 3803,2 | 116,4 | 2575,6 | 3026,3 | 117,5 | |
| Виконані пасажиро-кілометри | млрд.пкм | 5,7 | 7,3 | 128,1 | 5,3 | 6,8 | 128,3 | |
| Перевезено вантажів та пошти | тис.тонн | 72,3 | 74,2 | 102,6 | 72,1 | 73,9 | 102,5 | |
| Виконані тонно- кілометри (вантажі + пошта) | млн.ткм | 223,1 | 267,3 | 119,8 | 223,0 | 267,1 | 119,8 | |
| Виконано комерційних рейсів | тисяч | 70,1 | 71,2 | 101,6 | 46,8 | 48,7 | 104,1 | |
| Наліт годин | тисяч | 155,4 | 175,1 | 112,7 | 124,3 | 143,8 | 115,7 | |

Загалом **пасажирські перевезення** за статистичними даними за 9 місяців виконано авіакомпанією 48,9 тисяч міжнародних та 22,5 тисяч внутрішніх рейсів. Кількість пасажирів, які скористались послугами авіаперевезення зросла порівняно з відповідним періодом минулого року на 16,4 відсотка і досягла 3,8 млн.чол. Для порівняння слід відзначити, що майже стільки ж пасажирів було перевезено за весь 2006 рік.

На сьогодні регулярні польоти виконуються до 41 країни світу. За 9 місяців здійснено 23,2 тис. рейсів, перевезено 1,6 млн. пасажирів (темп зростання порівняно з аналогічним періодом минулого року – 9 відс. та 8,9 відс.). У цьому році відкрито 2 нових міжнародних маршрути, збільшена інтенсивність польотів на багатьох опанованих напрямках. В той же час до України виконують регулярні польоти 47 іноземних авіакомпаній з 29 країн світу.

Водночас, оцінюючи ситуацію, що склалася на привабливому ринку регулярних авіаперевезень між Україною та країнами світу, слід ще раз відзначити, що останнім часом темпи зростання обсягів перевезень пасажирів іноземними авіакомпаніями в середньому на 15-16 відсотків перевищують темпи зростання перевезень вітчизняними авіакомпаніями, а на деяких напрямках перевага іноземних перевізників ще вагоміша. Це призводить до зростання частки іноземних авіакомпаній в загальних обсягах перевезень на міжнародних повітряних лініях.

Упродовж року спостерігається також зростання обсягів пасажирських перевезень у межах України. За статистичними даними, за 9 місяців року послугами авіакомпанії скористалось 0,8 млн.пасажирів, темп зростання порівняно з 9 місяцями 2007 року досяг 12,3 відсотка, з них майже 93 відсотка перевезено регулярними рейсами. Насамперед, цьому сприяє активне залучення провідною авіакомпанією пасажирів на внутрішні регулярні рейси за рахунок збільшення кількості та поліпшення якості стикувань маршрутів у базових аеропортах.

**Обсяги вантажів та пошти**, перевезених авіапідприємством за 9 місяців поточного року склали 74,2 тис.тонн (за 9 місяців 2007 року – 72,3 тис. тонн).

**Пасажиропотоки** через аеропорти України за 9 місяців року за статистичними даними зросли на 22,4 відсотка і майже досягли 7 млн. чоловік, **поштовантажопотоки** –на 12,6 відсотка і склали 31,2 тис. тонн.

Таблиця 3.

Основні показники роботи авіакомпанії «АероСвіт» за 9 місяців за 2007 та 2008 роки.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показники** | **Одиницівиміру** | **9 місяців2007 р.** | | **9 місяців2008 р.** | | **%08/07** | |
| **Всього** | **міжн.** | **Всього** | **міжн.** | **Всього** | **міжн.** |
| Обслуговано ПС | тисяч | 123,3 | 70,2 | 134,7 | 78,9 | 109,2 | 112,4 |
| Пасажиропо-токи | тис.чол | 5719,7 | 4342,3 | 6998,9 | 5380,1 | 122,4 | 123,9 |
| Пошто\вантажопотоки | тис.тонн | 27,7 | 27,0 | 31,2 | 30,1 | 112,6 | 111,5 |

Досягти значного зростання обсягів робіт "АероСвітові" вдалося, насамперед, за рахунок збільшення цього року власного флоту (з 13 до 16 літаків Boeіng), відкриття нових повітряних напрямків, а також завдяки ефективній співпраці із третьою за величиною українською авіакомпанією "Донбасаеро" у рамках Стратегічного альянсу "Українська Авіаційна Група".

Зростання пасажиропотоків у межах України стало результатом інтенсивного розвитку "АероСвітом" внутрішніх повітряних ліній. Цього року перевізник розпочав власні польоти з Києва до чотирьох адміністративних центрів України: навесні - до Запоріжжя, Луганська й Ужгорода, а наприкінці жовтня - до Львова. Крім цього на період зимової навігації компанія збільшила провізні місткості на лініях Київ-Сімферополь і Київ-Харків.

Авіакомпанія "АероСвіт" поетапно до кінця 2008 року запровадить систему обслуговування пасажирів, що базується на технологіях нового покоління. Це передбачено угодою, укладеною "АероСвітом" із компанією "Амадеус" - провідним постачальником технологій дистрибуції в індустрії авіаперевезень і туризму.

Згідно із документом, "АероСвіт" до кінця року переведе свою інвенторну систему на нову платформу Amadeus Altea Inventory, а також застосує IT-рішення Amadeus Revenue Integrity та Amadeus e-Retail Engine.

При цьому Amadeus Altea Inventory доповнить раніше запроваджену "АероСвітом" популярну серед провідних світових авіакомпаній технологію бронювання місць Amadeus Altea Reservation. Обидва продукти є модулями єдиної IT-платформи Amadeus Altea Customer Management (CMS), створеної для управління пасажиропотоками авіаперевізників.

Технології, обрані "АероСвітом", дозволять компанії оптимізувати управління ресурсами пасажирських місць під час продажу перевезень, підвищити прибутковість дистрибуції та спростити операції бронювання на рейси перевізників-партнерів. За допомогою нових IT-продуктів "АероСвіт" також удосконалить раніше опановані технології Інтернет-продажу місць та використання електронних квитків.

**Висновок**

В ході даної курсової роботи отримали практичні навички застосування системного підходу до аналізу діяльності транспортного підприємства. На прикладі авіакомпанії «АероСвіт» довели, що транспортне підприємство є складною системою, яка складається з підсистем та елементів, які тісно взаємопов’язані. Привели приклади окремих підсистем, вказали на взаємозв’язки між ними, а також між зовнішнім середовищем. Охарактеризували авіапідприємство як систему за різними ознаками, зробили аналіз структури системи та її компонентів та основних видів діяльності компанії, виділили основні цілі та задачі підприємства, вказавши на методи їх досягнення.

Після проведення аналізу стосовно авіакомпанія «АероСвіт» можна зробити висновки, що вона займає провідні позиції на ринку авіаційних послуг України, надає широкий спектр різноманітних послуг: перевезення пасажирів, обслуговувааня повітряних суден, підготовлює добре кваліфікаційний персонал, проводить навчання та перевірку технічного персоналу, кожен рік перевіряє технічний стан літаків у кращіх сервісних центрах Західної Європи. Але авіакомпнії «АероСвіт» необхідно проводити наступні заходи щодо управлінської діяльності задля утримання своїх позицій на ринку:

1. Проводити моніторинг представництв.
2. Створювати аналітичні відділи, для підведення підсумків проведеної роботи.
3. Розширювати спектр послуг.
4. Розробляти й проводити заходи щодо підвищення економічної ефективності діючих міжнародних ліній і по відкриттю нових.
5. Приділяти значну увагу поліпшенню іміджу компанії.
6. Намагатись підвищити якості обслуговування.
7. Проводити перегляд структури тарифів
8. Складати більше зручний для клієнтури розклад польотів.
9. Координувати й контролювати комерційну діяльність представництв авіакомпанії за кордоном.
10. Розширювати парк повітряних суден.
11. Розширювати географію польотів.
12. Проводити модернізацію обладнання.
13. Створювати нові або намагатися увійти до вже сформованих альянсів.
14. Запроваджувати нові системи обслуговування пасажирів, які базуються на технологіях нового покоління.

Таким чином, авіакомпанія «АероСвіт» є лідером на ринку авіаперевезень і робить все можливе задля того, щоб не втратити свої позиції і тому виділяє значні кошти для свого росту та розвитку.

**список використанної літератури**

1. Сурмин Ю.П. Теория систем и системный анализ: уч. пособие. – К.: МАУП, 2003.
2. Уемов А.И. Системный подход и общая теория систем. – М., 1978.
3. Юн Г.М., Маринцева К.В. Основи теорії систем і системний аналіз. Конспект лекцій. – К.: НАУ, 2004.
4. www.aerosvit.com.ua
5. Шаропов О.Д., Дербенцев В.Д., Семьонов Д.Є. Системний аналіз: Навч. – метод. Посібник для самостійного вивчення дисципліни – К. КНЕУ, 2003. – 154 с.