

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
(НИУ «БелГУ»)

**ИНСТИТУ УПРАВЛЕНИЯ**

**КАФЕДРА ТУРИЗМА И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА**

**Тенденции использования авиатранспорта в целях развития  
внутреннего туризма (на примере ООО «КОЛИБРИ-ТУР»)**

**Выпускная квалификационная работа**

**студентки очной формы обучения 4 курса группы 05001237**

**Борисовой Галины Сергеевны**

**Научный руководитель  
доц., к.э.н. Вишневская Е.В.**

**БЕЛГОРОД 2016**

## Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические аспекты развития сферы авиаперевозок в туризме.....	7
1.1. Технико-экономические особенности авиатранспорта.....	7
1.2. Чартерные рейсы, их особенности и специфика организации.....	14
1.3. Состояние и тенденции развития авиаперевозок в России и за рубежом.....	22
2. Анализ хозяйственной деятельности ООО «КОЛИБРИ-ТУР».....	38
2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	38
2.2. Оценка структуры услуг и потребителей предприятия.....	49
2.3. Разработка предложений по организации чартерных рейсов в целях развития внутреннего туризма.....	55
Заключение.....	64
Список использованных источников.....	67
Приложения.....	73

## Введение

События уходящего года оказались для российского внутреннего туризма в целом положительными. Ослабление курса рубля, ухудшение отношений с популярными туристическими странами, в том числе и политическое, – все это вынуждает россиян откладывать зарубежные поездки и искать варианты внутри страны.

Это вновь актуализирует вопросы развития внутреннего российского туризма. Однако сегодня вклад туризма в национальную экономику явно недостаточен. Это обусловлено в первую очередь неразвитым туристским потенциалом большинства регионов России, а также недостатками существующей системы управления туристским предпринимательством на региональном уровне

Объемы рынка внутреннего туризма в России могут вырасти на 10–15% в 2016 году по сравнению с 2015 годом. Подавляющее большинство туров продаются на черноморские курорты, но рост интереса наблюдается в отношении всех регионов с разными видами отдыха. Основной прирост ожидается в познавательном туризме, по предварительной оценке, он может составить порядка 12%. Также туроператоры продают путевки в Бурятию, Пензу, Череповец, Великий Новгород, Тулу, Брянск, Белгород, Ярославскую область, Якутию и по другим направлениям.

На сезон 2016 года аналитики туристского рынка прогнозируют дальнейший рост внутреннего туризма и летнее направление – это Черноморское побережье, включая Крым. В связи с этим особую актуальность приобретает изучение возможности организации чартерных рейсов в данном направлении для реализации новых туров.

По данным мировой статистики, темпы роста популярности авиатранспорта являются наибольшими среди всех видов туристического транспорта, что обусловлено расширением географии путешествий и устойчивой к сокращению сроков путешествий в пользу их частоты (то есть увеличение по-

пулярности краткосрочных туров на дальние расстояния).

Воздушный транспорт – одна из наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства, которая с каждым годом занимает прочные позиции в мировой транспортной системе. На сегодня в мире насчитывается более 1300 авиакомпаний. В среднем за год авиатранспорт перевозит 1500 млн. человек. Международные авиаперевозки обеспечивают более 470 перевозчиков, из них 250 осуществляют регулярные международные рейсы.

Успехи на генерирующих рынках туризма и адекватная транспортная инфраструктура составляют одну из важнейших предпосылок развития любого туристского центра. Со своей стороны спрос в туризме стимулировал быстрое развитие индустрии транспорта. Существенную роль в этом сыграли также научно-технические достижения в индустрии транспорта за последнее десятилетие. Начиная с 1950 г. пассажиропотоки коммерческой авиации возросли в 60 раз, и это самый большой рост по сравнению с другими видами транспорта. На увеличение спроса повлияло также развитие международного туризма. Основными преимуществами авиаперевозок являются быстрота и комфорт.

Успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, качественным туристским продуктом, поэтому основной задачей деятельности туристского предприятия, в частности туроператора, является создание привлекательного для туриста набора услуг. Большую роль в создании такого продукта является организация качественной перевозки туристов в место назначения. На транспортные услуги приходится и основная доля в структуре цены тура. В зависимости от продолжительности и дальности путешествия эта доля составляет от 20 до 60%.

Самым популярным в наше время способом транспортировки туристов является воздушный транспорт. В качестве основных достоинств воздушного транспорта можно выделить большую скорость и высокая надежность перевозок и уровня безопасности пассажиров. Также, пассажиры могут путешествовать в самые отдаленные туристские направления и регионы, что делает

авиатранспорт еще более важным для развития международного и регионального туризма.

Туризм полностью зависит от транспорта, его безопасности, скорости и удобств, предоставляемых туристу во время его передвижения. Понимание основ взаимоотношений с транспортными компаниями, правил взаимодействия с ними в вопросах обеспечения безопасности пассажиров и их имущества, обслуживания, использования соответствующих скидок и льгот при продажах имеет важное значение, как для туристов, так и для организаторов путешествий.

Так как большая часть цены на туристский продукт затрачивается на перевозку, то в организации массовых туристских путешествий широко используются перевозки туристов на условиях авиачартера. Такие рейсы наиболее выгодны туристам и авиакомпаниям на серийных воздушных маршрутах. Чартерные рейсы в несколько раз дешевле регулярных и их маршрут очень часто определяет заказчик, который заплатил за рейс, а не сама авиакомпания.

Чартерные рейсы также организуются, если с туристским потоком в сезон не справляются плановые рейсовые самолеты или в случае перевозки туристов в места, где рейсовые маршруты отсутствуют или доставка туристов связана с пересадками. Организации таких рейсов предшествует большая подготовительная работа. Она включает в себя ведение переговоров с турфирмами, согласование чартерной программы, подписание контракта, получения разрешения местных властей и т.д.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что чартерные перевозки являются одним из самых распространенных видов авиаперевозок на современном рынке туристских услуг и создание нового рейса в Геленджик позволит увеличить прибыль туристической фирмы.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение теоретических вопросов организации авиарейсов и разработка предложений по организации чартерных авиаперевозок с целью развития внутреннего туризма.

В соответствии с заявленной целью выпускной квалификационной работы были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты в сфере транспортных услуг, в частности чартерных авиаперевозок;
- исследовать российский и зарубежный опыт авиаперевозок и история развития отрасли;
- проанализировать организационную характеристику и основные экономические показатели туристической фирмы ООО «КОЛИБРИ-ТУР»;
- разработать предложения по организации чартерных авиаперевозок и обосновать их актуальность.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является организация чартерных авиаперевозок.

Объектом исследования дипломного проекта является туристическая фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР».

Период исследования – 2013-2015 гг.

Методической основой выпускной квалификационной работы является применение таких методов как: метод сравнений, метод анализа, метод экспертных оценок и метод систематизации полученных данных.

Теоретической основой для написания выпускной квалификационной работы послужили учебники, учебные пособия российских и зарубежных авторов. Были использованы научные труды профессора и доктора технических наук С.В. Кравченко, кандидата технических наук Б.Б.Соколова и статьи А.П. Казакова, А.А. Коромыслова. Также были рассмотрены научные исследования в сфере гражданской авиации. Проблемы безопасности пассажирских самолетов в своих работах рассматривали авторы: Ю.М. Антонян, Т.А. Боголюбова, а также А.В. Наумов. История, опыт зарубежных стран и основные проблемы отечественной авиации были описаны авторами научных статей: В.В. Витрянским, В.Е. Петрищевым, О.Ф. Шишковой.

Информационной основой работы является бухгалтерская отчетность туристической фирмы ООО «КОЛИБРИ-ТУР» за 2013-2015 гг. и ее устав.

# 1. Теоретические аспекты развития сферы авиаперевозок в туризме

## 1.1. Техничко-экономические особенности авиатранспорта

Туризм предполагает перемещение людей из одного места в другое как внутри страны, так и за её пределами. Законодательства ряда стран относят транспортные услуги к числу основных, оказываемых туристу, наряду с услугами размещения в отеле. Транспорт – это отрасль материального производства, осуществляющая перевозки людей и грузов [16, с. 18].

Транспорт должен обладать рядом необходимых свойств и удовлетворять определенным требованиям. К таким требованиям относятся:

- необходимость в постоянной проверке транспортных средств и их корректировке;
- гарантированная доставка пассажиров и грузов в отдаленные пункты;
- надежность в обслуживании клиентов, с целью избежания остановки работы предприятий или дефицита у заказчика;
- способность перевозки небольших партий грузов через короткие интервалы времени, в соответствии с меняющимися во времени запросами потребителей [12, с. 43].

Транспорт представляет собой систему, которая состоит из двух подсистем: транспорт общего пользования, а также транспорт не общего пользования.

Транспорт общего пользования – отрасль народного хозяйства, которая удовлетворяет потребности всех отраслей народного хозяйства и населения в перевозках пассажиров и грузов. Такой вид транспорта обслуживает сферу обращения и население. Его также называют магистральным.

Транспорт не общего пользования – внутрипроизводственный транспорт, а также транспортные средства всех видов, принадлежащие нетранспортным предприятиям, является, как правило, составной частью каких-либо производственных систем [9, с. 12].

Классификация транспорта представлена в таблице 1.1.

Таблица 1.1

### Классификация транспорта

Наземный транспорт	1. Безрельсовый транспорт: автомобили; троллейбусы; мотоциклы; велосипеды; экскаваторы; снегоходы; самокаты; 2. Рельсовый транспорт: железнодорожный; трамваи; монорельсовый.
Водный транспорт	1. Морской транспорт: теплоходы; катера; сухогрузы; паромы; баржи; ледоколы; парусный транспорт; плоты; катамараны; на воздушной подушке. 2. Речной транспорт: теплоходы; катера; сухогрузы; паромы; баржи; буксиры; контейнеровозы; ледоколы; парусный; гребной; плоты; катамараны. 3. Подводный транспорт: подводные лодки; батискафы; батисферы.
Воздушный транспорт	самолеты; вертолеты; гидропланы; планеры; дельтопланы; дирижабли; воздушные шары.
Специальные виды транспорта	метро; эскалаторы; лифты; подъемники; канатные дороги; транспортеры; трубопроводы; транспорт войск и спецформирований.

Одним из самых распространенных видов транспорта, используемым в туризме, является авиатранспорт. Данную популярность можно объяснить большим расширением географии путешествий туристов, а также сокращением сроков путешествия в пользу их частоты (рост краткосрочных туров на дальние расстояния). Эти тенденции вызывают пристальное внимание всего туристского бизнеса к региональным воздушным перевозкам, а также международным перевозкам.

Воздушная перевозка – это транспортировка пассажиров и багажа, выполняемая авиационными предприятиями на воздушных судах за установленную плату.

Внутренняя воздушная перевозка – воздушная перевозка, при которой пункт отправления, пункт назначения и все пункты посадок расположены на территории одного государства [20, с. 45].

Международная воздушная перевозка – воздушная перевозка, при которой пункт отправления и пункт назначения расположены:

- соответственно на территории двух государств;

- на территории одного государства, если предусмотрен пункт (пункты) посадки на территории другого государства.

В качестве основных технико-экономических особенностей и достоинств воздушного транспорта можно выделить:

- большая скорость доставки груза;
- надежность перевозок;
- высокий уровень безопасности пассажиров и грузов;
- достаточно высокий уровень сервиса;
- возможность достижения самолетом отдаленных районов и населенных пунктов.

К основным недостаткам авиатранспорта можно отнести:

- высокая себестоимость перевозок;
- ограничение грузов по размеру и весу;
- высокие тарифы в сравнении с другими видами транспорта;
- большая капиталоемкость;
- материалоемкость и энергоемкость перевозок;
- зависимость воздушной перевозки от погодных условий и условий окружающей среды [26, с. 3].

Воздушный транспорт регулируется основными способами:

а) национальное регулирование – лицензирование авиаперевозчиков, работающих как на внутренних, так и на международных маршрутах.

б) межправительственное регулирование – когда регулярные воздушные маршруты основываются на соглашениях между правительствами соответствующих стран.

в) международное регулирование – происходит, когда тарифы на регулярные авиарейсы устанавливаются (для членов авиалиний) на основе взаимных договоров между участвующими авиакомпаниями при посредничестве Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) или третьего лица [15, с. 28].

Значение международных воздушных перевозок в современных усло-

виях жизни возросло. Не только самолеты авиакомпаний России доставляют пассажиров и грузы в большое число государств, но возрастает также число полетов самолетов иностранных авиакомпаний в эти страны, а также через воздушное пространство России. Перевозки пассажиров и грузов через воздушное пространство России совершаются иностранными авиакомпаниями на основании соответствующих соглашений.

Большинство туристских перевозок осуществляется международными или национальными авиакомпаниями-перевозчиками. Каждая из авиакомпаний имеет сокращенное наименование – код («Аэрофлот-Российские авиалинии» – SU, «American Airlines» – AA, «Донбассаэро» – 7D, «Air France» – AF, «British Airways» – BA, «Lufthanse» – LH, «Korean Air» – KE, «Air Canada» – AC, и т.д.) [17, с. 8].

Туризм полностью зависит от транспорта, его безопасности, скорости и удобств, предоставляемых туристу во время его передвижения. Понимание основ взаимоотношений с транспортными компаниями, правил взаимодействия с ними в вопросах обеспечения безопасности пассажиров и их имущества, обслуживания, использования соответствующих скидок и льгот при продажах имеет важное значение, как для туристов, так и для организаторов путешествий [59].

Развитие туризма сдерживается тем, что транспортные системы в ряде стран не соответствуют мировым стандартам по удобству, эффективности и безопасности, а транспортные проекты, в частности, строительства новых аэропортов, автомобильных и железных дорог требуют для своей реализации огромных инвестиций и времени.

Полеты на международных воздушных линиях по форме их выполнения делятся на:

а) регулярные рейсы – рейсы, которые выполняются по расписанию в соответствии с условиями соглашений о воздушном сообщении между государствами. В расписании таких рейсов указаны маршрут полета, промежуточные пункты посадок самолета, время вылета и прилета в каждый пункт

маршрута, частота движения, а также модель самолета. Изменение этих условий выполнения регулярных рейсов может быть произведено только при взаимном согласии договаривающихся государств. Регулярные авиаперевозки оплачиваются по международным авиационным тарифам. Эти тарифы бывают двух видов: опубликованные и неопубликованные.

Опубликованные (сквозные) тарифы – это тарифы и сборы от аэропорта отправления до аэропорта назначения, помещенные в тарифных справочниках.

Неопубликованные тарифы — это тарифы, которые при отсутствии опубликованного (сквозного) тарифа между данными пунктами образуются двумя способами:

- путем прибавления к опубликованному (сквозному) тарифу дополнительной суммы, так называемой суммы «эд-он»;

- при отсутствии пропорционального тарифа – путем сложения участковых тарифов отдельных сквозных участков перевозки с соблюдением соответствующих правил построения тарифов;

б) нерегулярные рейсы – выполняются на основании специальных разрешений на разовые полеты [27, с. 15].

Нерегулярные рейсы делятся на:

- дополнительные рейсы – это рейсы, выполняемые по тем же авиалиниям, что и регулярные, но по особому для них расписанию. Данный рейс может быть выполнен с согласия партнера, при условии, что коммерческая перевозка не может быть осуществлена регулярными рейсами. Дополнительный рейс, как правило, выполняется в тот же день, что и регулярный, но не позже и не раньше, чем за 24 часа от времени выполнения регулярного рейса, указанного в расписании полетов;

- чартерные рейсы – это рейсы, выполняемые в соответствии со специальным контрактом между перевозчиком и заказчиком;

- специальные рейсы – рейсы, выполняющиеся по специальным разрешениям. Обычно разрешение выполнение специальных рейсов запрашивает-

ся по дипломатическим каналам;

В настоящее время 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.

Пассажиروоборот авиакомпаний во всем мире вырос на рекордные с 2010 года 6,5%, при этом билеты стали дешевле на 5%, сообщает Международная ассоциация воздушного транспорта (ИАТА) в докладе об итогах 2015 года.

По данным отчета ИАТА, рост трафика в 2015 году зафиксирован во всех рынках. Совокупные провозные емкости в 2015 году у авиакомпаний увеличились на 5,6%. При этом эффективность использования самолетов в среднем за год стала выше. Коэффициент загрузки салонов вырос на 0,6 процентных пункта, достигнув рекордного годового максимума в 80,3%.

Пассажирироток в пределах одного государства в 2015 году в среднем вырос на 6,3% по всему миру. Внутренние линии оказываются наиболее важным для ряда стран и регионов. Это важнейший сектор для США и Латинской Америки. При этом в Европе и на Африканском континенте на внутренние перелеты приходится около 10% перевозок.

Вместительность лайнеров на внутренних линиях увеличилась на 5,2%, коэффициент загрузки составил 81,5%, поднявшись на 0,9 процентных пункта по сравнению 2014 годом. Рост внутренних перелетов показали все регионы. При этом на показатель оказали наибольшее, правда, разнонаправленное влияние Китай, где рост трафика составил 8,2% и Бразилия, потерявшая за год 4,0% пассажиропотока.

В США внутренние перевозки увеличились на 4,9% - это рекорд с 2004 года. Кроме того, впервые с 2003 года рост внутреннего трафика в США оказался выше роста международного. В ИАТА объясняют рекорды твердым ростом американской экономики в течение года. Коэффициент загрузки само-

летов на внутренних направлениях достиг рекордно высокого уровня для этого сегмента в 85,4%.

Благодаря низким ценам на топливо, не только падают цены на билеты, но и растут доходы в сегменте авиаперевозок, а за ними и капитализация бизнеса. IATA подчеркивает, что гражданская авиация в прошлом году внесла ощутимый вклад в глобальную экономику.

Для гражданской авиации России 2014 год стал непростым. В отрасли наблюдались явления предкризисной «турбулентности» на фоне замедления основных макроэкономических показателей. Однако, несмотря на негативные тенденции, российский рынок продолжил расти опережающими темпами в сравнении с другими регионами [51].

По итогам 2014 года объем российского рынка авиаперевозок (с учетом иностранных авиакомпаний) составил 111,8 млн. пассажиров, увеличившись на 7,8%. Основным драйвером роста стал внутрироссийский рынок, который вырос на 18,0%, до 46,3 млн. человек. Количество пассажиров на международных воздушных линиях выросло на 1,8% и достигло 65,5 млн. человек. При этом пассажиропоток российских авиакомпаний в 2014 году вырос на 10,2% и составил 93,2 млн. пассажиров, также на фоне роста пассажиропотока на внутреннем рынке и более высоких темпов роста пассажиропотока на международных авиалиниях в целом (на 3,6% до 46,9 млн. пассажиров) [18].

Общий пассажирооборот российских авиакомпаний увеличился на 7,2% до 241,4 млрд. пассажиро-километров, а предельный пассажирооборот увеличился на 6,8% до 302,5 млрд. пкм, что определило рост загрузки пассажирских кресел на 0,3 п.п. до 79,8%. Высокие темпы роста внутрироссийских перевозок в 2014 году объясняются продолжающимися структурными изменениями российского рынка, связанными с повышением доступности и изменением предпочтений пассажиров в пользу авиапутешествий, а также активным развитием внутрироссийского туризма, в том числе во время и после XXII зимних Олимпийских Игр и XI зимних Паралимпийских Игр в Сочи.

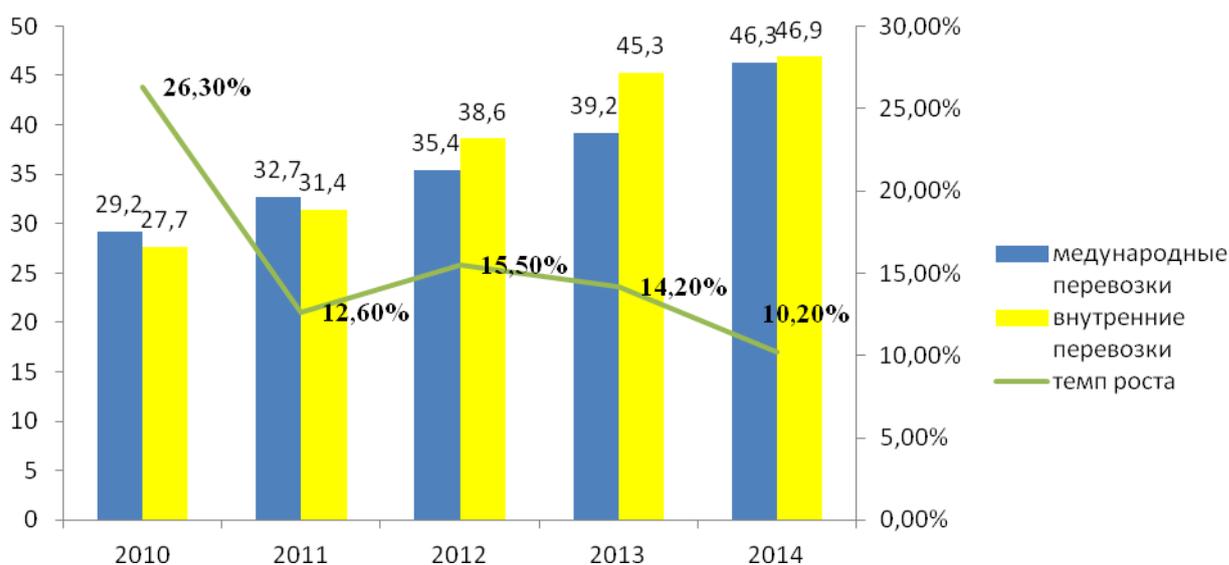


Рис. 1.1. Динамика пассажиропотока на российском рынке, млн. пассажиров (без учета иностранных авиакомпаний)

Таким образом, авиаперевозки являются самым популярным и надежным видом транспорта для перемещения грузов и туристов. Воздушный вид перемещения характеризуется большим количеством достоинств, но также имеет некоторые недостатки. Воздушный транспорт является одним из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства и занимает прочные позиции в общемировой транспортной системе.

## 1.2. Чартерные рейсы, их особенности и специфика организации

Чартерный самолет – это та услуга, которая может заинтересовать многих путешественников. Он может быть назначен в любое время авиакомпанией, предоставляющей чартерные перелеты. Сегодня чартерные рейсы являются разовыми, утверждают ГСГА.

Чартер (англ. charter – зафрахтовать судно) – это рейс по специальному заказу для перевозки пассажиров по заданному маршруту в оговоренное заранее время [13, с. 45].

Многие туроператоры эффективно используют чартерные рейсы, выкупая все билеты на различные курорты и продавая их с хорошей скидкой. Особенно большой популярностью пользуются чартерные рейсы в период

отпусков. Туроператоры выкупают авиабилеты на много месяцев вперед, что, безусловно, очень выгодно для авиакомпаний.

Любая авиакомпания, предоставляя чартерный самолет туристическому оператору или организации, работающей в сегменте бизнес-авиации, существенно экономит деньги на рекламе билетов. Вместе с тем чартерные рейсы почти никогда не простаивают, что тоже положительно сказывается на доходах авиакомпаний.

Стоит отметить, что для чартерных рейсов применяют разные модели самолетов. Все непосредственно зависит от конкретных пожеланий заказчика. Самыми популярными моделями для таких перевозок являются ТУ-134, ТУ-154, ЯК-42, Воeng. При совершении чартерного рейса обслуживание может быть разных классов: VIP или стандарт.

Безусловно, стоимость чартерного рейса намного дешевле, чем авиабилета на регулярные рейсы. Но и есть и негативные стороны, с которыми приходится столкнуться пассажирам чартерных перелетов от туроператоров. К примеру, нельзя забывать о том, что в большинстве случаев билет на такой рейс выдается за пару часов до непосредственного вылета. И вам нужно обратить внимание, чтобы авиабилеты были в обе стороны. Возможно, вам выдадут только один билет, но тогда от туроператора должно быть гарантийное письмо, что в аэропорту отлета вам будет предоставлен второй билет.

Существует еще один подобный нюанс: пассажиры чартерных самолетов обслуживаются в последнюю очередь, поэтому перед полетом запасайтесь терпением. И пусть вас радует мысль о том, что вы сэкономите на таком перелете от трехсот долларов. Но это касается только чартерного рейса, предоставляемого туроператором. В том случае, если чартерные самолеты принадлежат компании деловой авиации, она предоставляет весь самолет своим клиентам и обеспечивает дополнительные услуги (ВИП-питание, флайт-менеджер, бортпроводники и т.д.).

В наше время практически каждый туристический пакет имеет оплату чартерного рейса. Эта услуга очень удобна для путешественников, так как им

можно не волноваться о том, как добраться до места отдыха. Покупая чартерный билет, вы должны понимать, что такой билет не получится вернуть, даже если вы вдруг решите отменить свое путешествие. Выделяют и отдельный вид таких рейсов – «отстойные». Их главным отличием является то, что самолет, как правило, используется при краткосрочных турах и ждет пассажиров в месте прилета. Обычно такие рейсы используют в праздничные или выходные дни.

Все чартерные рейсы выполняются на основе особого договора (контракта) между заказчиком и перевозчиком. Обычно заказчик покупает всю вместимость самолета на определенных участках перевозки и на определенных условиях. Заказчик имеет право использовать вместимость зафрахтованного самолета по своему усмотрению. Заказы применяются на выполнение перевозок как на отдельные рейсы, так и на серию рейсов для целевой перевозки [58].

Статистика чартерных рейсов показывает, что они имеют достаточно определенную географию и ярко выраженную сезонность. Как правило, такие авиаперевозки организовываются в популярные туристские центры и в определенное время года.

Чартерные рейсы организуются авиакомпаниями, если с туристским потоком в сезон не справляются плановые рейсовые самолеты или в случае перевозки туристов в места, где рейсовые маршруты отсутствуют или доставка туристов связана с пересадками [55].

Изначально, чартерные рейсы возникли как результат сотрудничества авиакомпаний и туристических фирм. Авиакомпании стремились использовать простаивающие самолеты, в свою очередь туристические фирмы хотели получить более дешевые билеты, с целью, чтобы цена тура не сильно увеличивалась оплатой за перевозку.

Чартерные рейсы имеют ряд особенностей, в отличие от регулярных:

- чартерных рейсов нет в расписании регулярных полетов;
- маршруты таких рейсов нередко определяет не авиакомпания (кото-

рая разрабатывает маршруты регулярных линий), а заказчик, который собирается заплатить за этот рейс;

- данные рейсы более дешевые по сравнению с регулярными.

Необходимо понимать, что у пассажира, купившего билет на чартерный рейс, есть больше шансов прибыть в пункт назначения с опозданием по сравнению с пассажиром, который приобрел билет на регулярный перелет. Это является главным минусом чартерных перевозок.

Чартерные рейсы могут быть организованы на внутренних, а также на международных линиях как по уже разработанным регулярным маршрутам, так и по новым маршрутам. Очень часто туроператоры или объединения туроператоров (пул туроператоров) организуют туры по массовым (популярным) направлениям. Это союзы, которые направлены на выкуп чартерной линии. Такое объединение происходит тогда, когда стоимость рейса оказывается слишком высокой, невыгодной для одного туроператора [47].

В пуле туроператоров имеется один или несколько главных (консолидирующих) туроператоров. Ими могут быть либо генераторы идеи выкупа чартерной линии, либо операторы, на чью долю приходится большее количество мест для пассажиров в самолете.

Туристические операторы, которые входят в пул, распределяют между собой количество кресел на борту (блоки мест), и в случае не реализации билетов, или несвоевременной оплаты, финансовая ответственность отдельного туроператора ограничивается размером забронированных для него блоков мест.

Основной экономический принцип чартерных перевозок заключается в том, что организаторы чартеров предлагают пассажирам или грузоотправителям отказаться от свободы выбора рейса и осуществлять перевозку по более низким тарифам на зафрахтованном ими самолете, как правило, в менее удобное для пассажиров время. Экономическая эффективность таких перевозок при более низких ценах достигается за счет максимальной коммерческой загрузки фрахтуемых самолетов.

Интенсивное развитие чартерных перевозок повлекло за собой образование «независимых» чартерных авиакомпаний, которые образовали Международную ассоциацию авиачартерных перевозчиков (ИАКА). Также многие регулярные авиакомпании создали «дочерние» компании, специализирующиеся на чартерных перевозках.

Самые крупные чартерные авиакомпании в мире за 2015 год представлены в таблице 1.2 [60].

Таблица 1.2

## Крупнейшие чартерные авиакомпании мира за 2015 год

Авиакомпания	Страна	Кол-во пасс (млн.)	Пасс/ оборот, млн. пасс/км
Thomson Airways	Великобритания	10.70	32 073
Air Europa	Испания	8.08	17 429
Thomas Cook Airlines	Великобритания	6.78	22 541
Condor	Германия	6.60	23 779
SunExpress	Турция	6.42	10 398
Monarch Airlines	Великобритания	6.30	14 854
Transavia Airlines	Нидерланды	5.80	11 500
Jet2	Великобритания	4.78	9 405
TUIfly	Германия	4.75	11 500
Onur Air	Турция	4.29	5 180

Таким образом, первое место занимает британская компания Thomson Airways. Авиакомпания организует бюджетные рейсы между Великобританией и Европой, а также чартерные авиарейсы по курортным направлениям. Базовые аэропорты находятся в Бристоле, Глазго, Лондоне и Манчестере. Самолетный парк состоит из моделей самолетов: Airbus A320, Airbus A321, Boeing 737-300, Boeing 767-300, Boeing 787, Boeing 737-800, Boeing 757-200.

В мировой практике различают ряд коммерческих разновидностей чартеров. К которым относятся следующие.

Закрытый чартер. Особенностью таких чартеров является то, что за перевозку своих сотрудников полностью платит организация, которая покупает чартер. Как правило, маршруты таких перевозок не входят в регулярные воздушные линии. Закрытый чартер в общем объеме чартерных рейсов занимает

небольшой процент.

**Целевой чартер.** Это перевозка специализированных групп пассажиров, объединенных какой-либо целью: футбольные болельщики, спортсмены, участники фестивалей, паломники и т.д. Заказчиком чартера является соответствующая организация, которая частично может оплатить своим участникам перевозку.

**Инклюзив-тур чартер.** Это перевозка туристов, организованная и оплаченная турфирмой. При этом стоимость билета включается в стоимость тура. Перелет в таком случае обходится туристам дешевле, поскольку цена авиабилета при чартере на 30-50% ниже по сравнению с самыми дешевыми льготными тарифами. Инклюзив-тур чартер и целевой чартер являются наиболее распространенными видами авиаперевозок на рынке чартерных перевозок.

**Блок-чартер.** Данный вид чартера предполагает покупку заказчиком только части коммерческой емкости самолета (20-30 мест) на регулярном рейсе. При этом оплата обычно осуществляется за весь блок мест независимо от того, будут использованы все купленные места или нет. Блок-чартер используется в том случае, если у турфирмы недостаточно туристов, чтобы арендовать самолет полностью.

Договор на квоту мест между турфирмой и перевозчиком может носить «жесткий» или «мягкий» характер. При «жесткой» схеме, фирма не имеет права отказаться от нереализованных заявленных мест, и в этом случае она несет финансовые убытки. Если договор заключен по «мягкой» квоте, то авиакомпания устанавливает предельный срок, до которого туристическая фирма может отказаться от квоты заявленных мест или ее части. При таком варианте перевозчик оставляет за собой право продажи этих мест другим своим клиентам. Блок-чартер не во всех случаях выгоден авиакомпаниям, поскольку продажа авиабилетов в этом случае идет по более низкой цене, чем обычно.

**Нецелевой чартер.** Такой вид чартера представляет собой перевозку,

при которой группа пассажиров выбирается вне зависимости от цели путешествия. Организатором такого вида перелета может быть транспортная компания, выступающая как посредник при пассажирских перевозках из одного пункта в другой.

Сплит-чартер. Относится к наиболее сложному виду перевозки пассажиров, которая осуществляется регулярными и нерегулярными рейсами на разных участках маршрута. При этом в формируемую группу могут входить пассажиры, направляющиеся в разные конечные пункты.

В зависимости от условий использования самолета чартерные авиаперевозки можно разделить на несколько видов.

Разовый чартер. При разовом чартере самолет доставляет туристов в пункт назначения и сразу улетает обратно. Если рейс запланирован «туда-обратно», то через какое-то время самолет должен прилететь обратно за туристами, чтобы забрать их в первоначальный пункт отправления. Разовые чартеры используются довольно редко, поскольку они требуют значительных затрат на топливо [44, с. 14].

Тайм-чартер. Предполагает фрахтование воздушного судна на определенный период времени. При этом после доставки пассажиров из одного пункта в другой самолет не улетает обратно, а остается в аэропорту прилета на все время пребывания туристов в пункте назначения. Иногда тайм-чартер называют «разовый с отстоем».

Тайм-чартер выгоден заказчику в том случае, если время пребывания туристов не слишком велико (от 1-2 дней до недели). При этом заказчик оплачивает время использования самолета, исходя из стоимости летного часа и стоимости простоя самолета, несет дополнительные расходы на стоянку воздушного судна в аэропорту, а также оплачивает содержание и размещение экипажа.

Чартерная цепочка. Чартерная цепь представляет собой вид чартера, при котором самолет с регулярной периодичностью совершает чартерные перевозки в один (или несколько) пунктов назначения по челночной схеме

«туда-обратно». При этом одну группу туристов он отвозит, а другую сразу же забирает. Такие чартерные рейсы называют чартерными на регулярной основе, поскольку по своей сути они близки к регулярным воздушным перевозкам.

Организовывать чартерные цепи выгодно в сезон массовых перевозок, связанных с отдыхом туристов. При этом непроизводительными затратами являются только первый и последний рейсы воздушного судна (когда самолет возвращается пустым после доставки первой группы туристов и летит пустым за последней группой).

После окончания каждого челночного рейса чартерной цепи самолет используется авиакомпанией по своему усмотрению, но к моменту совершения нового перелета оно должно быть предоставлено заказчику в аэропорт отправления.

На территории Российской Федерации, большинство чартерных авиакомпаний используется для перевозки грузов – порядка 60% от совокупного объема, а остальная часть представляет собой авиа чартеры занимающиеся пассажироперевозкам.

На сегодняшний день на территории России существуют только два пассажирских авиа чартера: авиакомпания «NordWind Airlines»; авиакомпания «iFly».

Две представленных авиакомпании не имеют своих регулярных маршрутах и специализируются исключительно на спросе.

Таким образом, чартерные рейсы являются наиболее удобным и распространенным видом авиаперевозок в международном туристском бизнесе. Каждая туристическая фирма сама выбирает, какой вид чартера использовать в своей деятельности. Выбор чартер зависит от многих особенностей и аспектов. Очень часто туристические фирмы объединяются для аренды чартера и образуют пул туроператоров. В этом случае одна из туристических фирм может являться консолидатором проекта и иметь ряд преимуществ при его реализации.

### **1.3. Состояние и тенденции развития авиaperевозок в России и за рубежом**

Прошло 100 лет с момента, когда первый в мире пассажир поднялся в воздух в 1914 году. Сегодня ежегодно осуществляется 32 млн. рейсов, в течение которых перевозится 3 млрд. пассажиров и 50 млн. тонн грузов. Сектор авиaperевозок в общей сложности оказывает услуг на сумму 2,4 трлн. долларов по итогам работы за год. Авиация стала неотъемлемой частью мировой экономики, тесно взаимодействуя с международной торговлей, став её неотъемлемой частью. Полеты на авиалайнерах стали доступны для большинства населения стран мира, позволяя перемещаться между государствами.

Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA) выпустила обзор перспектив развития перевозки пассажиров в ближайшие 20 лет. В докладе указано, что пассажирский поток к 2034 году составит 7.3 млрд. человек. Средний рост в течение рассматриваемого периода будет равен 4,1%, что приведет к удвоению потока пассажиров по сравнению с 3,3 млрд. человек в 2014 году.

В докладе сделан основной акцент на прогноз, согласно которому Китай обгонит США, по объему перевозок пассажиров в 2030 году. В 2034 году в Китае на внутренних и международных авиалиниях будет перевозиться около 1,3 млрд. пассажиров, по сравнению с 856 млн. в 2014 году, с ежегодным ростом 5,5%. В США ежегодный рост составит 3.2% и к 2034 году в абсолютных цифрах достигнет 1.2 млрд. человек (по сравнению с 559 млн. в 2014 году).

Прогноз перевозок пассажиров составлялся с учетом трех основных факторов: цены на авиабилеты; роста численности населения; уровня жизни и доступности услуг авиатранспорта.

К 2034 году в пятерку наиболее динамично развивающихся рынков будут входить Китай (856 млн. пассажиров в год), США (559 млн.), Индия (266

млн.), Индонезия (183 млн.) и Бразилия (170 млн.).

Восемь из десяти быстро развивающихся рынков в процентном отношении находятся в Африке в том числе: Центральноафриканская Республика, Мадагаскар, Танзания, Бурунди и Кувейт.

Среди стран максимально расширяющих перевозки: Кувейт-Таиланд, ОАЭ-Эфиопия, Индонезия-Восточный Тимор.

Расширение пассажиропотока позволит увеличить количество рабочих мест с 58 млн. человек до 105 млн. обеспеченных работой жителей. Вырастит ВВП многих стран с 2,4 трлн. до 6 трлн. долларов [29, с. 44].

Авиационная промышленность активизирует свою деятельность в области защиты окружающей среды, проводя ряд мероприятий по сокращению выбросов вредных веществ. С 2009 года активно действует три направления:

- повышение экономичности авиадвигателей ежегодно на 1,5%;
- внедрение новых технологий и расширение использования топлива из биосырья;
- стремление к сокращению выбросов вредоносных газов на 50% с 2005 года по 2050 год.

Анализ наиболее развитых и крупных по пассажиропотоку рынков характеризуется следующими показателями:

- Соединенные Штаты сохраняют за собой статус наиболее крупного рынка перевозок до 2030 года, когда он достигнет в общей сложности с учетом всех стран 18,3 млрд. пассажиров;
- в настоящее время 9 по величине рынок Индии, догонит по объему перевозок рынок Великобритании (148 млн. человек), чтобы стать 3 по величине в 2031 году;
- перевозки пассажиров в Японии растут на 1,3% в год, что в конечном результате приведет к снижению объема перевозок и с 4 места в 2014 году страна переместится на 9 место в 2033 году;
- Германия перейдет с 5 места на 8, Испания с 6 места на 7, среди крупнейших рынков мира, Франция переместится с 7 места на 10, Италия с

10 места покинет 10 крупнейших рынков по перевозке пассажиров в 2019 году;

- Бразилия увеличит объем перевозок пассажиров и поднимется с 10 места на 5 с пассажиропотоком в 270 млн. человек [45].

В ближайшие годы (2016 – 2033 гг.) согласно расчетам Airbus Global Market Forecast, пассажирские перевозки будут увеличиваться ежегодно на 4,7%. Для перевозок пассажиров в 2033 году, необходимо 31400 новых пассажирских самолетов (на 100 мест и выше) с общей стоимостью 4.6 трлн. долларов. Авиационный флот для пассажирских и грузовых перевозок, используемый сегодня, составляет 18500 самолетов и должен увеличиться до 37500 единиц к 2033 году. Из общего количества воздушных судов 12400 единиц, подлежат замене по причине низкой эффективности эксплуатации, и будут списаны.

Авиационный флот для пассажирских и грузовых перевозок, используемый сегодня, составляет 18500 самолетов и должен увеличиться до 37500 единиц к 2033 году.

Темпы экономического роста и прирост населения в стремительно развивающихся регионах, таких как Азия, Латинская Америка, Африка и Ближний Восток являются более высокими, чем в развитых регионах. Например, в Азии, количество населения возрастет с 33% в 2014 году, до 63% в 2033 году по отношению к общему населению планеты. Ускоренными темпами происходит урбанизация городов и концентрация богатства, количество авиационных мега-городов удвоится и достигнет 91. Эти города будут центрами создания и развития новых отраслей промышленности, в них будет создаваться основная часть ВВП и осуществляться более 95% дальнемагистральных перевозок пассажиров и грузов [52].

В странах Латинской Америки, Африки и Азиатско-Тихоокеанского региона произойдет рост межрегионального и внутреннего пассажиропотоков. Например, в Индии возрастет внутренний поток авиапассажиров, достигнув 10 места по объемам перевозок к 2033 году.

Рост авиапарка продолжится в странах Европы с опережающими темпами замены малоэффективных моделей самолетов, на новые модели позволяющие экономить до 20% топлива по сравнению с прежними моделями.

Продолжается тенденция развития внутренних перевозок в Китае, в течение ближайших 10 лет и выходом на 1 место по общему объему авиапотока в мире среди всех стран. Рынок типоразмеров и моделей самолетов будет видоизменяться. Произойдет переориентация компаний на широкофюзеляжные модели самолетов для перевозок пассажиров на дальнемагистральных линиях. Потребность компаний составляет 9300 единиц широкофюзеляжных пассажирских лайнеров и самолетов малой авиации в ближайшие 20 лет, с общими затратами 2.5 трлн. долларов. Это составит 30% от общего количества поставок самолетов в течение прогнозируемого периода и 55% от их стоимости.

Особенно высокий спрос на модели со схожими характеристиками Airbus 350 XWB и Airbus 330 neo.

Спрос на широкофюзеляжные самолеты составляет 7800 единиц на модели вместимостью от 250 до 400 мест и 1500 единиц с вместимостью более 400 мест, для работы на самых оживленных маршрутах, отображая рост перевозок пассажиров между городами, в Азиатско-Тихоокеанском регионе (50%), Ближнем Востоке (16%), Европе (15%) и Северной Америке (9%).

Компания Airbus в данном сегменте рынка, занимает лидирующие позиции, широкофюзеляжные модели A330, A350, A380 представленные на рынке авиатехники имеют устойчивый спрос у авиакомпаний в модельном ряду от 200 до 500 посадочных мест.

Узкофюзеляжные модели компании, особенно Airbus 320 neo, являются лидерами среди моделей данного класса. Спрос до 2033 года составляет 22000 новых самолета на сумму 2,1 трлн. долларов или 79% от общего количества и 45% стоимости всех поставок [50].

Спрос на узкофюзеляжных самолеты будет оставаться на высоком уровне в Европе и Северной Америке, и составит около 22% и 21% соответ-

ственно.

Быстрый рост спроса ожидается в Китае и Индии, общий объем составит 38% для всего Азиатско-Тихоокеанского региона.

В связи с ростом объема перевозок вместимостью самолетов увеличилась на 40% по сравнению с 1980 годами. Применение более вместительных молей А380, позволила снять часть возросших нагрузок по перевозке авиапассажиров.

В последние годы ключевой целью ведущих авиакомпаний стало не увеличение объема перевозок, а повышение эффективности полетов каждого отдельного рейса и максимизация прибыли. Так в 2007 году общий поток пассажиров на рынке внутренних авиаперевозок США составлял 679 млн. человек, а уже к 2013 году он снизился до 642 млн.

В условиях кризиса в экономике авиакомпании были вынуждены сократить число рейсов, за счет чего снизилось и число пассажиров. Однако данная бизнес-модель продолжает приносить плоды и после кризиса: средняя загрузка самолетов растет, как растет и выручка авиакомпаний. Также стоит отметить, что большинство коротких рейсов являются убыточными для авиакомпаний в связи с тем, что общие затраты на обслуживание самолета (без учета топлива) остаются неизменными, а выручка с билетов не способна покрыть данные расходы.

Если в 2007 году средняя дальность полётов составляла 870 миль, то в 2015 году показатель вырос до 883 миль и будет только увеличиваться. Продолжают снижаться субсидии на неэффективные перелеты на малые расстояния из малых аэропортов. Так в ближайшие три года уменьшится размер федеральных субсидий на федеральную программу Важных Авиационных Направлений (Essential Air Service, EAS): на 11 млн. долл. в 2014 году и на 14 млн. долл. в 2016 году.

По итогам 2014 года на программу была выделена рекордная сумма в 246 млн. долл. мелким авиакомпаниям, совершающим внутренние рейсы на малые расстояния, придется непросто: кроме конкуренции со стороны круп-

ных авиакомпаний на дальних рейсах, мелких авиаперевозчиков лишают поддержки со стороны государства на рынке локальных авиаперевозок.

Логичным шагом для мелких авиакомпаний станет их консолидация - объединение усилий в борьбе против лидеров отрасли. Стоит отметить, что процесс слияния American Airlines и US Airways Group в одну из самых крупных авиакомпаний США не прошел безболезненно для деятельности объединенного гиганта.

Так Европейская Антимонопольная Комиссия выдвинула ряд требований американскому авиаперевозчику, чтобы соблюсти условия конкуренции на рынке европейских авиаперевозок. В частности комиссары антимонопольной организации считают, что слияние может привести к монополизации авиационного сообщения по маршруту Лондон (Великобритания) - Филадельфия (США) из международного аэропорта Хитроу.

Европейская Антимонопольная Комиссия выдвинула требования, согласно которым American Airlines Group должна будет пересмотреть расписание полетов на данном направлении, а также отказаться от некоторой части рейсов. Предполагается, что некоторые рейсы в направлении Лондон - Филадельфия будет совершать другая авиакомпания.

Тем самым можно говорить о том, что на рынке внутренних пассажирских авиаперевозок США формируется триумвират гигантов Southwest Airlines, Delta Air Lines и American Airlines Group, которые владеют половиной рынка пассажирских авиаперевозок страны. Для выживания маленькие авиакомпании США вынуждены будут обратить внимание на развитие low-cost направлений в бизнесе. Данная модель авиаперевозок часто предполагает отказ от некоторых услуг на борту самолета: вводится, например, единый класс обслуживания.

По прогнозам Бюро Транспортной Статистики США объем пассажирских авиаперевозок США будет расти на 3% ежегодно до 2017 года, а заполняемость самолетов к 2017 году достигнет 84,5%. Ожидается, что к 2017 году удельная выручка составит 14,11 центов в связи с развитием low-cost направ-

ления в секторе. Однако потери от снижения цен на авиаперелеты компенсируются увеличением процента заполняемости самолетов, а также уменьшением цен на топливо [40].

В сравнении с зарубежным опытом, развитие воздушного транспорта России находится на более низком уровне. Это можно объяснить тем, что техническое оснащение аэропортов и самолетов очень часто не соответствует стандартам, многие самолеты имеют крайне низкую топливную эффективность, что делает их эксплуатацию нерентабельной. Другой из причин является то, что уровень износа инфраструктуры аэропортов в России достигает 75-80%. Наиболее популярные пассажирские аэропорты в России представлены в таблице 1.3.

Таблица 1.3

## Загрузка пассажирских аэропортов России за 2015 год

Аэропорт	Код (IATA/ICAO)	Город	Пассажиропоток млн. человек
Домодедово	DME / UDD	Москва	30,76
Шереметьево	SVO / UUEE	Москва	29,26
Пулково	LED / ULLI	Санкт-Петербург	12,85
Внуково	VKO / UUWW	Москва	11,18
Кольцово	SVX / USSS	Екатеринбург	4,29
Толмачёво	OVB / UNNT	Новосибирск	3,74
Пашковский	KRR / URKK	Краснодар	2,85
Сочи	AER / URSS	Сочи	2,42
Уфа	UFA / UWUU	Уфа	2,21
Ростов-на-Дону	ROV / URRR	Ростов-на-Дону	2,19

Рынок авиаперевозок России и за рубежом имеет несколько важных различий:

а) на иностранных рынках существует четкое деление моделей пассажирских перевозок, к которым относятся VIP-рейсы, чартеры, low-cost (лоукост), сетевые маршруты и т.д., тогда как в России перевозки представляют смешанный характер;

б) за рубежом темпы роста грузовых авиаперевозок в несколько раз превосходят темпы пассажирских, в России такая тенденция носит обратный характер;

в) в Европе и Америке темпы обновления производственного оборудования намного выше, чем в России, где 75% оборудования приходится на затраты на топливо. За рубежом этот показатель составляет всего 7%.

На сегодняшний день в Европе имеется несколько крупных авиаперевозчиков, которые в большей мере и составляют основной объём выполняемых авиаперевозок. В частности, обратить внимание стоит на такие авиакомпании как «Lufthansa» и «Air France». Эти авиакомпании являются идеалами не только для многих пассажирами, но и для ряда других мировых авиакомпаний, чьи имена на сегодняшний день не так широко известны. Несмотря на то, что годовой пассажирооборот этих авиаперевозчиков уже давно превысил отметку в несколько десятков миллионов пассажиров, а доходы достигают сотен миллионов евро, в существовании подобных авиаоператоров не всё так гладко, и в ближайшее время они могут потерять не только свою востребованность, но и вероятно свой статус лучших из лучших.

Авиакомпания Air France представляет собой базового авиаперевозчика Франции, который отличается не только весьма приемлемыми ценами на свои авиарейсы, но и обеспечивает весьма эффективное авиасообщение между сотнями различных городов Европы и не только. Несмотря на всю свою величественность, авиакомпания «Air France» с недавнего момента начала входить в крутое пике, или как если это выразиться проще, руководство авиакомпании намерено не только нарастить свою эффективность и повысить сферу влияния, но и при этом неизбежно оставаться лучшей из лучших. Тем не менее, опыт показывает. Что у этого авиаоператора не всё так просто, и если взглянуть на дальнейшие перспективы этой авиакомпании, можно даже попробовать заключить, что в ближайших несколько лет её ожидает самая что не на есть рецессия. Подобного рода выводы вовсе не голословны, и типичным тому примером являются последние новости. Те, кто хоть мало-мальски знаком с авиацией, наверняка слышал о полномасштабной забастовке пилотов «Air France», которые остановили работу авиаперевозчика почти на 2 недели, тем самым принеся авиакомпании крупнейшие убытки.

Несмотря на то, что даже в этом году пилоты и сотрудники французской авиакомпании «Air France» несколько раз выходили на различные марши протестов, манифестации и забастовки, руководство авиакомпании, казалось бы, не прислушивается к этому, продолжая взбираться наверх. Началось всё с того, что руководство авиакомпании объявило о создании своего лоукостера «Transavia France», который позволил бы получить большой доход при минимальных затратах, однако при этом не учёлся один важнейший недостаток мероприятия – это неминуемо бы привело к сокращению штата своих сотрудников, причём ряд всемирноизвестных специалистов предсказывал, что под сокращение могут попасть до 25% всех пилотов и около 10% служащих авиакомпании. После ряда относительно непродолжительных забастовок, руководство авиакомпании «Air France» ничуть не прислушалось к требованиям, в результате чего прошла массовая забастовка пилотов авиаоператора «Air France»

Авиакомпания «Lufthansa» аналогично, как и авиаперевозчик «Air France», также является крупнейшим авиаперевозчиком не только Европы, но и всего мира. Несмотря на всю осторожность своего руководства, авиаоператор рискует в самое ближайшее время, а специалисты считают, что это произойдёт в ближайших 5-7 лет, пойти по пути французского авиаперевозчика. Только за миновавший период текущего года, сотрудники и пилоты авиакомпании «Lufthansa» проводили несколько забастовок.

Кратковременные забастовки не наносят существенного вреда бюджету авиаперевозчика, однако это сильно ударяет по престижу авиакомпании, тем более, что в этом году прогнозируется снижение объёма авиаперевозок немецкого авиаоператора на 0,5%, а это сотни пассажиров и миллионы евро.

Самые крупные и популярные бюджетные авиакомпании представлены в таблице 1.4.

По сведениям IATA почти все международные авиакомпании являются партнерами по коммерческому сотрудничеству и имеют формы:

- глобального альянса;

- маркетингового альянса;
- стратегического альянса.

Таблица 1.4

## Крупнейшие бюджетные авиакомпании мира

Авиакомпания	Страна	Количество пассажиров (млн.)	Пасс/ оборот, млн. пасс/км	Количество самолетов
Southwest Airlines	США	134.1	167 753	700
Ryanair	Ирландия	79.3	33 400	304
EasyJet	Великобритания	58.4	65 227	188
Gol	Бразилия	39.2	36 390	107
Air Berlin	Германия	33.3	48 720	101
Lion Airlines	Индонезия	32.0	21 502	89
JetBlue Airways	США	29.0	54 003	183
AirAsia	Малайзия	19.7	22 731	66
Norwegian	Норвегия	17.7	20 353	73
WestJet	Канада	17.4	29 385	103

Самой популярной формой взаимодействия является стратегический альянс. Стратегические альянсы стали заметными только в последние годы, однако они оказывают существенное влияние на будущую структуру международной авиатранспортной индустрии. Причиной этого является то, что преобладающей в воздушном транспорте долгое время была концепция национального владения авиакомпаниями, и только совсем недавно стали проявляться признаки благосклонности государств к той или иной степени иностранного владения авиакомпаниями.

Глобализация принудила многие страны ввести политику свободной торговли, приватизацию, открытый рынок, а также открытую политику воздушного пространства. В результате появилась жестокая конкуренция между коммерческими авиалиниями различных стран, что в итоге сделало необходимостью объединение авиалиний в альянсы.

На данный момент в мире существует три основных международных стратегических пассажирских альянса авиакомпаний:

- Star Alliance – был образован в 1997 году. Включает 27 авиаперевозчиков, 4335 самолета и 185 стран;

- One World – альянс включает в себя 12 авиаперевозчиков, 2226 самолетов, 673 аэропорта и 134 страны. Главный офис находится в Ванкувере;

- Sky Team – этот альянс включает 19 авиаперевозчиков, 3325 самолетов, 923 аэропорта, 173 страны. Штаб-квартира Sky Team находится в аэропорту Амстердама – Схипхол.

В эти альянсы объединены крупные и средние авиаперевозчиков, которые суммарно обеспечивают более половины мирового объема пассажирских перевозок. В рамках каждого альянса авиакомпании-участники, сохраняя высокую степень финансовой независимости, проводят согласованную коммерческую и тарифную политику, координируют расписание полетов и оптимизируют маршрутные сети.

Участники альянса проводят общую политику по обеспечению высоких и единых стандартов безопасности полетов и авиационной безопасности, качества услуг, а также по использованию унифицированных программ поощрения часто летающих пассажиров. Чтобы быть рентабельным на рынке, авиакомпания должна стремиться улучшать свой сервис и качество обслуживания. Особенно заметна конкуренция авиакомпаний внутри одного государства. Самые крупные авиакомпании мира представлены в таблице 1.5.

Таблица 1.5

## Ведущие авиакомпании мира

Авиакомпания	Страна	Пассажирооборот, млн. пасс/км.	Количество пассажиров млн. чел.	Количество воздушных судов, шт.
Delta Air Lines	США	310 466	164.6	723
United Airlines	США	288 680	93.6	699
American Airlines	США	203 299	86.3	616
Emirates	ОАЭ	188 618	39.4	204
Southwest Airlines	США	165 753	134.1	697
Lufthansa	Германия	149 780	74.7	293
Air France	Франция	135 824	50.6	246
British Airways	Великобритания	126 436	37.6	260
China Eastern Airlines	Китай	109 113	73.1	263
China Southern	Китай	107 000	64.5	417

Airlines				
----------	--	--	--	--

За последние годы в Азиатском регионе произошли заметные изменения в структуре перевозок пассажиров на местных и международных авиалиниях. Происходят значительные изменения в структуре авиапарка компаний.

Прслеживается экономический рост конкурентоспособности низкобюджетных перевозок (LCC) во многих странах региона. Изменения коснулись многих компаний. После распада ANA-AirAsia СП, AirAsia Japan происходит интенсивный ребрединг компаний.

Южно-корейские авиакомпании Jeju Air в ходе структурных изменений увеличили свою прибыль на 960% по сравнению с прошлым годом. Компания достигла лучших результатов, вытеснив с рынка перевозок иностранные компании legacy и low-cost перевозчиков, сумев стать третьей по величине компанией в Сеульском Incheon аэропорту после Korea Air и Asiana AirLines.

В Юго-Восточной Азии большой процент авиаперевозок выполняется компаниями, использующими LCC, для многих стран региона этот вид перевозок достигает 50%, то есть более половины всех мест на рейсы продаются на условиях low-cost перевозчиков. Только страны северной части Азии по-прежнему имеют крайне низкий процент LCC перевозок и, таким образом предоставляют наибольшие возможности для роста отрасли.

Авиапассажиры из этих стран предпочитают по-прежнему летать на самолетах с предоставлением традиционного уровня сервиса предоставляемого во время полетов.

Существует множество заблуждений по поводу организации LCC перевозок. Во-первых, многие пассажиры считают, что авиакомпании для организации перевозок, используют старые самолеты. Это ошибочное мнение. Поддержание стоимости билетов на низком уровне, компании добиваются, размещая крупные заказы на новые самолеты, тем самым значительно снижая стоимость купленных авиалайнеров.

Авиакомпании, использующие LCC перевозки, как правило, имеют только один тип самолета в своем авиапарке – после осуществления закупок

самолетов у производителей, с учетом того, что подобный вид приобретения авиалайнеров, обходится значительно дешевле.

Примером может служить авиакомпания Jetstar из Гонконга, которая должна начать активные перевозки пассажиров в 2015 году. Ее авиапарк состоит из 18 самолетов Airbus A320-200. Помимо новых самолетов, компания имеет авиалайнеры со средним эксплуатационным периодом, который не превышает 4-5 лет.

Аналогичные показатели имеет авиакомпания AirAsia из Куала-Лумпур осуществляющая low-cost перевозки по более 80 маршрутам. Авиапарк компании состоит из 141 самолета Airbus A 320, со средним эксплуатационным сроком, который не превышает 3 года

При квалифицированном сервисе по обслуживанию самолетов в аэропорту, сокращается время нахождения самолета на «земле», возрастает продолжительность нахождения самолета в полете. За счет этого, снижаются затраты на издержки по обслуживанию самолета. Полное обслуживание авиалайнера занимает около 1,5 часов, без ухудшения качества всех операций связанных с самолетом.

Рост LCC перевозок способствует увеличению пассажиропотока в регионе. Бюджетные перевозки снижают пассажиропоток на рейсах с традиционными сервисными услугами. Компании вынуждены снижать цены на авиабилеты и работать с меньшей долей прибыльности перевозок, использовать новые бизнес-модели для повышения своих показателей.

Компании стремятся составить расписание, чтобы в один и тот же аэропорт было не менее 2 рейсов в течение дня, тем самым достигается условие, при котором пассажир даже опоздавший на рейс, имеет возможность попасть в пункт назначения в тот же день. За счет этого формируется большая мобильность пассажиров, увеличивается пассажиропоток.

Япония является наиболее интересным примером стагнации рынка авиaperевозок пассажиров. Не смотря на то, что это один из крупнейших авиарынков в мире, в последние годы в Японии практически не происходило

роста числа перевозок пассажиров. Однако с запуском трех low-cost перевозчиков в 2013 году – Peach, Jetstar Japan и AirAsia – произошел рост внутренних перевозок пассажиров впервые за последние 6 лет.

С введением низких тарифов, многие японцы получили возможность путешествовать. Внутренний пассажиропоток вырос на 8,7% в 2015 году, это лучший показатель за последние 20 лет.

В совокупности при низкобюджетных перевозках увеличен пассажиропоток на 2,6 млн. человек на внутренних авиалиниях, а компания Jetstar является крупнейшим отечественным перевозчиком из Токийского аэропорта Нарита [38].

Воздушные перевозки резко возрастут в ближайшие десятилетия. Идет бурный рост развития экономики Китая, который способствует миграции населения. Повышается жизненный уровень населения, появилась возможность проводить отдых в других странах. Все это способствует росту пассажиропотока с использованием авиации.

Юго-Восточная Азия уже имеет высокий уровень LCC перевозок около 56% и рост стремительно продолжается.

Развитие низкобюджетных авиаперевозок в нашей стране даёт многообещающее начало. Предполагается, что в ближайших 5-7 лет, на территории России появятся ещё как минимум 2 лоукостера, целью которых станет охват большей части территории страны.

Первый российский лоукостер «Добролёт» доказал на практике то, что низкобюджетные авиаперевозки действительно востребованы на территории России. Всего лишь менее чем за 2 месяца своей деятельности, первый российский лоукостер смог перевезти более 65 тысяч пассажиров, причём большая часть билетов была раскуплена на недели и месяцы вперёд. Годовой пассажирооборот авиакомпании «Добролёт» мог бы составить по самым скромным подсчётам около 2 миллионов 150 тысяч человек, что сравнимо с крупнейшими российскими авиаперевозчиками.

Тем не менее, ввиду наложенных со стороны ЕС и США санкций, 4 ав-

густа 2014 года, авиакомпания «Добролёт» вынуждена была прервать свою деятельность, несмотря на то, что планы на ближайшее будущее были весьма многообещающими.

Практически сразу за закрытием авиакомпании «Добролёт», группа компаний «Аэрофлот» объявила о том, что в ближайшее время создаст своего нового авиаперевозчика, который будет осуществляться низкобюджетные авиаперелёты по принципу, некогда существовавшего «Добролёта».

Первоначально у авиакомпании «Победа» появились серьёзные затруднения с регистрацией, и потому продажи авиабилетов, а также сроки осуществления первого авиарейса постоянно откладывались, однако впоследствии ситуация нормализовалась – авиабилеты на рейсы компании «Победа» появились в продаже, а дата совершения первого полёта была назначена на 1 декабря 2014 года. Всего лишь за неделю продажи, авиакомпания «Победа» смогла реализовать 20 тысяч авиабилетов, что значительно превысило спрос у существовавшего ранее лоукостера «Добролёт».

На сегодняшний день о создании новых низкобюджетных авиакомпаний уже задумываются многие российские авиаперевозчики. Стоит отметить, что именно благодаря первым российским авиаперевозчикам, в частности это относится к «Добролёту», и на данный момент к авиакомпании «Победа», произведено своеобразное тестирование потребностей многих тысяч пассажиров, причём результат показал, что люди готовы платить меньшие суммы вне зависимости от того, будут ли они лететь в комфортных условиях, или же их ожидает ряд ограничений [30].

В том случае, если авиакомпания «Победа» покажет хорошие результаты своей деятельности, то вероятней всего в самое ближайшее время, а для авиации это срок в несколько лет, на рынке сферы предоставления авиа услуг Российской Федерации могут появиться новые бюджетные авиаперевозчики, тем более, что сроки окупаемости воздушного флота, даже при его загрузке на 90%, составит не более 2-4 лет. Несмотря на то, что в предоставлении услуг широкой аудитории граждан заинтересованы в большей мере оте-

чественные авиаперевозчики, вполне возможно, что на рынок услуг России могут прийти и иностранные низкобюджетные авиакомпании, однако в настоящее время, по крайней мере в течении 7-8 лет, это не планируется.

Таким образом, из всего вышеперечисленного можно сделать основополагающие выводы:

- низкобюджетные пассажирские авиаперевозки на территории Российской Федерации пользуются огромным успехом среди пассажиров;

- власти Российской Федерации заинтересованы в развитии авианаправлений на территории страны;

- низкобюджетные авиаперевозки могут осуществляться наравне с обычными, причём на конкурентоспособности это практически не сказывается;

- в ближайшее время можно ожидать увеличение числа российских лоукостеров.

Низкобюджетные авиаперевозки невероятно сильно привлекательны и для пассажиров, и для авиаперевозчиков, что в очередной раз указывает на то, что в ближайших несколько лет можно ожидать развития лоукостеров на территории Российской Федерации.

## **2. Анализ хозяйственной деятельности ООО «КОЛИБРИ-ТУР»**

### **2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия**

Туристская фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР» имеет два офиса:

1) ул. Победы, 165, офис 6 (за «Белэкспоцентром», ост. «Родина»),

2) ул. Студенческая, 17«а» (здание Центра молодежных инициатив, ост. «Студенческая»).

тел/ факс: (4722)78-37-37, 58-99-29, 78-36-78, 58-99-10

сайт: <http://kolibritur31.ru/>

Туристская фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР» работает с 1998 года и является туроператором по международному и внутреннему туризму. Единый федеральный реестр № МТЗ 000696.

Туристская фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР» занимается туроператорской деятельностью и действует на основании устава.

Туроператор ООО «КОЛИБРИ-ТУР» к настоящему времени является одним из лидеров выездного туризма в Белгороде. С момента основания туроператор строит свою деятельность исходя из интересов потребителя, считая ее основой постоянное совершенствование и контроль за всеми элементами процессов создания и реализации туристического продукта.

Одной из основных задач в наши дни являются активизация внутреннего туризма – именно это направление, выходит сегодня на первый план. В связи с этим фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР» разработала широкий спектр предложение по отдыху в России, странах ближнего и дальнего зарубежья. Учитывая все запросы и предложения, клиента туристская фирма также предлагает туры по Китаю, по странам Европы и Скандинавии, а также отдых на известных курортах Египта, Испании, Турции, Греции.

Туристская фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР» предлагает следующие виды услуг:

- организация обслуживания туристов;
- разработка новых экскурсионных маршрутов по г.Белгороду и Белго-

родской области;

- организация транспортного обслуживания туристов;
- бронирование мест и проживание в гостиницах, на турбазах, пансионатах, домах отдыха различной степени комфортности по желанию клиентов;
- экскурсионное обслуживание и другие.

Источником финансирования имущества и средств общества являются: денежные и материальные вклады участников; доходы, полученные в результате хозяйственной деятельности; кредиты банков; иные, не запрещённые законодательством, источники.

Уставный капитал общества составляет 10 000 рублей.

Фирма предлагает широкий набор туристских маршрутов, отличное размещение и питание по умеренным ценам. Эффективно используя методы кооперации с экскурсионным бюро, ведущими музеями, ООО «КОЛИБРИ-ТУР» осуществляет обслуживание туристов на высоком уровне.

Туристские маршруты ООО «КОЛИБРИ-ТУР» отличаются оригинальностью и высоким уровнем обслуживания. Руководство фирмы внимательно следит за достаточно непостоянным спросом на туристские услуги, тщательно выбирает для своих клиентов отели, организует питание, интересные экскурсии.

Фирма ведёт агрессивную рекламную политику, постоянно изыскивая наиболее эффективно работающие рекламные пространства в газетах, журналах, использует внешнюю рекламу, радио и телевидение. Большое внимание уделяется рекламе имиджа: разработаны изящный и лаконичный фирменный стиль, флаги, логотипы. Издаются на высоком полиграфическом уровне каталоги туристского продукта, активно используются методы оперативного рекламного сопровождения отдельных туров.

Продуманная рекламная политика, значительные средства, затрачиваемые на неё, приносят положительный эффект – объём туристского продукта фирмы постоянно увеличивается. Туристские маршруты отличаются оригинальностью и высоким уровнем обслуживания.

Руководство фирмы внимательно следит за достаточно непостоянным спросом на туристские услуги, тщательно выбирает для своих клиентов отели, организует питание, интересные экскурсии.

Фирма проявляет значительный интерес к туристской общественной жизни, участвует во всех важных туристских мероприятиях, выделяет время и значительные средства для участия не только в России, но и за рубежом.

Туристская фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР» имеет следующие дипломы:

- Диплом в знак признательности за высокий профессионализм от Pegas,
- Диплом «Лидер продаж» за профессионализм и активное сотрудничество в зимнем сезоне 2013/12 от ДжетТревел,
- Диплом за успешное сотрудничество и высокие показатели продаж от компании «Русский экспресс – 2010»,
- Диплом за отличную работу и плодотворное сотрудничество от DANKO TRAVEL COMPANY,
- Сертификат ВСК Страховой дом,
- Сертификат TEZ TOUR.

ООО «КОЛИБРИ-ТУР» редоставляет услугу заказа автобусов по области, городу, в страны ближнего и дальнего зарубежья. Транспортная компания ИП Ушаков С.И. была основана в 1996 году. В штат компании опытные высокопрофессиональные сотрудники, выполняющие на должном уровне свой круг обязанностей. Одним из главных положительных показателей безупречной работы является то, что на протяжении лет стабильно осуществляются автобусные междугородние пассажирские рейсы и, по необходимости, развиваются новые маршруты, тем самым предоставляя все более широкий спектр услуг. Качество предоставляемых услуг неоднократно было отмечено дипломами, грамотами и благодарственными письмами.

Организационная структура туристской фирмы является отражением полномочий и обязанностей, которые возложены на каждого ее работника. Права и обязанности руководства определяются, исходя из потребности удо-

влетворения желаний клиентов через имеющиеся возможности и ресурсы. Оперативные решения, обусловленные необходимостью удовлетворения потребностей клиентов, опираются на строго зафиксированную управленческую иерархию. Ответственность за принятие управленческих решений лежит на высшем звене управления. Подразделения являются функциональными звеньями, каждое из которых использует свою специфическую технологию, но все вместе они имеют одну цель – удовлетворение потребностей клиентов.

В туристской фирме ООО «КОЛИБРИ-ТУР» работает на постоянной основе 8 человек:

- генеральный директор ООО «КОЛИБРИ-ТУР» Ушаков Сергей Иванович,
- исполнительный директор Ушакова Светлана Григорьевна,
- коммерческий директор Александрова Анна Сергеевна,
- бухгалтер Родионенко Людмила Александровна,
- старший менеджер Киреева Раиса Ивановна
- три менеджера.

В летний период, когда наблюдается повышение спроса на туристские услуги, дополнительно привлекают на работу 2 человек, основной деятельностью которых является работа с клиентами и сопровождение групп до места отдыха.

Организационная структура фирмы постоянно совершенствуется адекватно её стремительному развитию. Сформировано несколько крупных подразделений в соответствии с профилем работ. Все сотрудники имеют надлежащее профессиональное образование, подготовку и опыт работы.

В обязанности директора входит: разработка стратегии и тактики фирмы, маркетинговые исследования, представительские функции, взаимодействие с партнерами, получение необходимых лицензий, планирование рекламной кампании, управленческие функции, деловая переписка. Свою деятельность директор осуществляет в соответствии с действующим законода-

тельством и Уставом.

Бухгалтер выполняет функции финансового менеджера, то есть разрабатывает финансовую стратегию фирмы, составляет финансовые планы, своевременно информирует руководство о финансовых результатах деятельности фирмы, проводит экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности фирмы по данным бухгалтерского учета, организует учет финансовых, расчетных и кредитных операций.

Менеджер по внутреннему туризму ездит на туристические ярмарки и выставки в течение года, собирает дополнительный материал по предлагаемым турам, формирует папки с предложениями, бронирует места в гостиницах, составляет программы пребывания туристов, работают с клиентами.

Менеджер по международному туризму ориентируется на работу с клиентами, решившими посетить другие страны. В его обязанности входит работа с посольствами, посещение рекламных туров, работа с туроператорами и информирование клиентов о предоставляемых услугах.

Организационная структура ООО «КОЛИБРИ-ТУР» линейная. Линейная организационная структура основана на единоличном управлении предприятием руководителем. Экономическая эффективность линейных организационных структур управления тем существеннее, чем меньше число уровней иерархии (время проведения решений), чем уже профиль работ (загрузка руководителя), - внутренние факторы, и чем стабильнее рыночные условия (частота проведения решений) – внешние факторы. Влияет и «человеческий фактор», - чем авторитарнее руководитель предприятия, тем выше четкость работы предприятия.

Отсюда и вытекает достаточно широкая область применения линейных организационных структур: от небольших предприятий, работающих в любых рыночных условиях, до узко профильных предприятий любого размера, работающих в стабильных рыночных (или во вне рыночных) условиях.

Расширение профиля работ предприятия с линейной организацией приводит к перегрузке руководителя предприятия, так как ему будет все

труднее и труднее принимать правильные решения по расширяющемуся кругу вопросов.

ООО «КОЛИБРИ-ТУР» возглавляет директор. Он организует работу всего коллектива, несет полную ответственность за состояние компании и ее деятельность. Директор является посредником между персоналом, с одной стороны, и клиентами, с другой. На директоре лежит решение таких задач как: принятие ориентированных на выбранный сегмент рынка решений, направленных на удовлетворение потребностей клиентов, определение общих направлений политики гостиничного комплекса в рамках поставленных целей и задач, в том числе проведение финансовой политики.

Директор осуществляет оперативное руководство деятельностью общества. Свою деятельность директор осуществляет в соответствии с действующим законодательством и Уставом.

Анализ основных показателей хозяйственной деятельности туристской организации ООО «КОЛИБРИ-ТУР» за исследуемый период (2013–2015 года) представлен в приложении 8.

За 2015 год годовая выручка равнялась 15 879,7 тыс. руб., что на 1 492,4 тыс. руб., или на 10,3% превышает значение выручки за период 01.01-31.12.2013.

За 2015 год прибыль от продаж равнялась 1 313,2 тыс. руб. За анализируемый период отмечено сильное, на 503,04 тыс. руб., или на 62%, повышение финансового результата от продаж.

За анализируемый период наблюдается рост оборотных средств с 1258,4 тыс. руб. в 2013 году до 1509,3 тыс. руб. в 2015 году или на 20%. Показатель фондоотдачи остался на прежнем уровне – 4,88, фондоемкость уменьшилась на 14%.

Обратив внимание на строку 040 формы №2 можно отметить, что организация учитывала общехозяйственные (управленческие) расходы в качестве условно-постоянных, относя их по итогам отчетного периода на реализованные товары (работы, услуги).

Для анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО «КОЛИБРИ-ТУР» использованы данные бухгалтерской отчетности (Приложение 7).

Оборотные средства организации представляют собой стоимостную оценку оборотных производственных фондов и фондов обращения. Оборотные средства одновременно функционируют как в сфере производства, так и в сфере обращения, обеспечивая непрерывность процесса производства и реализации продукции. Структура оборотных средств также необходимое звено в исследовании эффективности туристской организации. В структуру оборотных средств организации входят следующие показатели: запасы, дебиторская задолженность.

В целом результаты деятельности туристской организации соответствуют основным тенденциям развития отрасли. Структура оборотных средств туристской организации свидетельствует о положительных тенденциях в организации деятельности эмитента.

Внеоборотные средства – финансовые ресурсы, ранее бывшие у организации в виде оборотных средств, но в настоящий момент отсутствующие и в обороте не участвующие.

К внеоборотным активам относят отвлеченные средства, текущие изъятия оборотных средств, основные средства, переданные филиалам и подразделениям фирмы. Внеоборотные активы – активы с продолжительностью использования более одного года: долгосрочные финансовые вложения, нематериальные активы, основные средства, прочие долгосрочные активы.

Рост величины активов организации связан, главным образом, с ростом следующих позиций актива баланса (в скобках указана доля изменения данной статьи в общей сумме всех положительно изменившихся статей):

- основные средства – 2 799 тыс. руб. (59,6%),
- отложенные налоговые активы – 389 тыс. руб. (8,3%),
- денежные средства – 1 176,4 руб. (25%),
- дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты) – 32,5 тыс. руб. (0,6%).

Одновременно, в пассиве баланса наибольший прирост наблюдается по строкам:

- краткосрочные займы и кредиты – 130 тыс. руб. (2,7%),
- уставный капитал – 100 тыс. руб. (2,1%),
- добавочный капитал – 4 315,7 тыс. руб. (91,9%).

Среди отрицательно изменившихся статей баланса можно выделить «запасы: товары отгруженные» в активе и «задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов» в пассиве.

Таким образом, нами была дана экономическая характеристика туристской организации ООО «КОЛИБРИ-ТУР». Периодом исследования были выбраны 2013, 2014, 2015 года. Туристская организация ООО «КОЛИБРИ-ТУР» является обществом с ограниченной ответственностью. Исследуемая организация является коммерческой организацией, так как она преследует главную цель организации – получение максимальной прибыли. ООО «КОЛИБРИ-ТУР» имеет линейную структуру управления. В туристской организации работает 8 специалистов, каждый из которых имеют высшее профессиональное образование. Главным документом организации является устав общества. Основной вид деятельности туристской организации ООО «КОЛИБРИ-ТУР» это оказание туристских услуг. Проведенный анализ хозяйственной деятельности туристской организации показал, что организация является платежеспособной.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия позволяет определить наиболее рациональные способы использования ресурсов и сформировать структуру средств предприятия.

Кроме того, финансовый анализ может выступать в качестве инструмента прогнозирования отдельных показателей предприятия и финансовой деятельности в целом. Финансовый анализ позволяет проконтролировать правильность движения финансовых потоков денежных средств организации и проверить соблюдение норм и нормативов расходования финансовых, материальных ресурсов и целесообразность осуществления затрат [48, с. 45].

Анализ финансового состояния проводится по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций – форм № 1 «Бухгалтерский баланс» и № 2 «Отчет о прибылях и убытках». Анализ включает три основных этапа:

- 1) анализ финансового положения организации;
- 2) анализ эффективности деятельности организации;
- 3) выводы о финансовом состоянии предприятия.

Приведенный в данной работе анализ финансового положения и эффективности деятельности ООО «КОЛИБРИ-ТУР» выполнен за период 2013-2015 гг. на основе данных бухгалтерской отчетности предприятия за 3 года.

В приложении 9 представлены основные показатели финансовой устойчивости ООО «КОЛИБРИ-ТУР». Коэффициент автономии организации по состоянию на 31.12.2015 составил 0,31. Полученное значение свидетельствует о значительной зависимости ООО «КОЛИБРИ-ТУР» от кредиторов по причине недостатка собственного капитала. Рост коэффициента автономии за весь анализируемый период составил 0,02.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами на 31 декабря 2015 г. составил -1,6. За анализируемый период имело место заметное уменьшение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами на 0,22, кроме того, наличие такой же тенденции в течение периода подтверждает и линейный тренд. По состоянию на 31.12.2015 значение коэффициента является критическим. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами сохранял значение, не соответствующее нормативу, в течение всего периода.

Коэффициент концентрации собственного капитала за анализируемый период уменьшился до 0,94, но находится в пределах нормы (приложение 9).

Коэффициент финансовой устойчивости остается без изменений на уровне 0,97, коэффициент финансирования незначительно уменьшился и на конец 2015 года составил 0,94.

Для целей анализа под ликвидностью какого-либо актива понимают его способность трансформироваться в денежные средства. Степень или уровень

ликвидности определяется продолжительностью временного периода, в течение которого такое превращение может произойти. Чем короче этот период, тем выше ликвидность [53, с. 34].

Коэффициенты ликвидности используются для оценки перспективной платежеспособности. Они характеризуют общую способность организации погашать краткосрочные обязательства за счет реализации активов. Эти коэффициенты интересны краткосрочным кредиторам при решении вопроса о предоставлении организации кредита [57].

Коэффициент абсолютной ликвидности представляет собой отношение суммы высоколиквидных активов к сумме краткосрочных обязательств. Коэффициент показывает, какая часть текущей задолженности формально может быть погашена на дату составления баланса.

Коэффициент быстрой (критической) ликвидности (промежуточный коэффициент ликвидности) представляет собой отношение суммы высоколиквидных и быстрореализуемых активов к величине краткосрочных обязательств.

Этот показатель оценивается в динамике или в сопоставлении с принятым уровнем. Очевидным нормальным ограничением, гарантирующим платежеспособность организации, является требование  $K_{б.л.} > 1$ .

Коэффициент текущей ликвидности (покрытия) представляет собой отношение суммы всех оборотных средств (текущих активов) к сумме краткосрочных обязательств. Он показывает, сколько раз суммарная стоимость текущих активов покрывает или обеспечивает возмещение обязательств.

Все три показателя рентабельности за период 01.01.-31.12.2015 г., приведенные в таблице, имеют положительные значения, поскольку организацией получена как прибыль от продаж, так и в целом прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за данный период.

Рентабельность продаж за 2015 год составила 12%. Отметим, что имеет место положительная динамика рентабельности обычных видов деятельности за период с 2013-2015 гг. (приложение 10).

За период 01.01-31.12.2015 каждый рубль собственного капитала организации принес чистую прибыль в размере 0,236 руб. За 3 последних года рентабельность собственного капитала увеличилась на 60%. За период 01.01-31.12.2015 значение рентабельности собственного капитала можно охарактеризовать как, без сомнения, хорошее.

Рентабельность, рассчитанная как отношение прибыли до налогообложения и процентных расходов (ЕБИТ) к выручке организации, за 2015-й год составила 10%. То есть в каждом рубле выручки организации содержалось 10 коп. прибыли до налогообложения и процентов к уплате.

Рентабельность активов в течение анализируемого периода несколько уменьшилась до 7,3%. В течение всего проанализированного периода рентабельность активов сохраняла нормальное значение.

В приложении 11 рассчитаны показатели оборачиваемости ряда активов. Данные показатели характеризуют скорость возврата авансированных на осуществление предпринимательской деятельности денежных средств, а также показатель оборачиваемости кредиторской задолженности при расчетах с поставщиками и подрядчиками [34, с. 54].

Данные об оборачиваемости активов в среднем за весь рассматриваемый период свидетельствуют о том, что организация получает выручку, равную сумме всех имеющихся активов за 389 календарных дней. При этом в среднем требуется 60 дней, чтобы получить выручку равную среднегодовому остатку материально-производственных запасов.

Данные об оборачиваемости активов в среднем за весь рассматриваемый период свидетельствуют о том, что организация получает выручку, равную сумме всех имеющихся активов за 389 календарных дней. При этом в среднем требуется 60 дней, чтобы получить выручку равную среднегодовому остатку материально-производственных запасов.

## 2.2. Анализ ассортиментной политики предприятия

Основной целью деятельности ООО «КОЛИБРИ-ТУР» является извлечение прибыли путем предоставления туристических услуг. Со дня основания деятельность туристической фирмы направлена на расширение спектра оказываемых услуг, географии маршрутов, а также на улучшения качества предоставления услуг.

Основной миссией туристского агентства является удовлетворение потребностей клиента в области туристических услуг.

К основным приоритетам деятельности можно отнести:

- широкий спектр предоставляемых туров и услуг;
- высокий профессионализм сотрудников;
- гибкая ценовая политика;
- качественное обслуживание туристов.

Основным направлением деятельности ООО «КОЛИБРИ-ТУР» является выездной туризм. Туристическая фирма реализует туры, предоставленные её туроператорами по направлениям: Турция, Египет, Тунис, Греция, Индия, Таиланд, ОАЭ, Китай и Испания, Италия и т.д.

Также, в ассортименте услуг ООО «КОЛИБРИ-ТУР» представлены различные виды туризма: экскурсионный, пляжный, шоп-туры, спортивный, образовательный, деловой, лечебный, детский, а также паломнический туризм. Наибольшим спросом, на сегодняшний день пользуются туры в Турцию, Египет, Болгарию, Грецию, Таиланд и ОАЭ, а также страны Западной Европы.

Для достижения необходимых целей и задач туристическому агентству необходимо постоянно расширять географию поездок туристов, а значит взаимодействовать с большим количеством туроператоров и соответственно с большим количеством авиакомпаний [32, с. 38].

ООО «КОЛИБРИ-ТУР» работает с такими туроператорами как: «Tez-tour», «Пегас Туристик», «Дельфин», «Coral Travel», «Амиго-С», «Анекс

тур», «Natalie tours», «Южный крест», «Музенидис Тревел», «Библио Глобус» и т.д.

В своей деятельности данные туроператоры используют услуги различных авиакомпаний. К основным авиакомпаниям относятся следующие.

1. «Аэрофлот». Является лидером гражданской авиации России, был основан в 1923 году и является одной из старейших авиакомпаний мира, а также одним из наиболее узнаваемых брендов в России. В 1989 году вступила в Международную ассоциацию воздушного транспорта (IATA). Авиакомпания базируется в г. Москве, в аэропорту «Шереметьево».

В расписании полетов – 122 пункта в 53 странах мира (39 из России). В течение 2014 года авиакомпания перевезла 20,9 млн. пассажиров, увеличив этот показатель на 18,4% по сравнению с предыдущим годом, а совокупный пассажиропоток Группы компаний «Аэрофлот» составил 31,4 млн. пассажиров.

Самолетный парк авиакомпании является одним из самых современных, молодых и быстрорастущих в Европе и включает в себя 146 воздушных судов. Большую часть которых составляют самолеты модели Airbus A320, A330, Boeing B737, B777.

2. «Уральские авиалинии». Одна из крупнейших динамично развивающихся авиакомпаний России. Ежегодно на карте полетов авиакомпании добавляются новые города России, СНГ и стран дальнего зарубежья.

Парк самолетов авиакомпании «Уральские авиалинии» составляют самолеты европейского концерна Airbus A320.

3. «Bluebird Airways». Греческая авиакомпания, основанная в 2008 году в городе Ираклион и осуществляющая внутренние и международные, регулярные и чартерные пассажирские авиаперевозки. В состав флота авиакомпании «Bluebird Airways» входят самолеты Boeing 737-400, которые отвечают самым высоким требованиям и стандартам EASA.

4. «Emirates». Обладает парком из 200 самолетов и осуществляет рейсы в более чем 140 городов, в 70 странах мира. Каждую неделю из Дубая выле-

тает более 1000 рейсов на шесть континентов. На рейсы авиакомпании приходится почти 40% всех авиаперевозок, осуществляемых в и из международного аэропорта Дубая.

5. «FlyDubai». Компания была создана в 2008 году и стала первой бюджетной авиакомпанией города Дубай. В настоящий момент авиакомпания располагает 30 новыми самолетами Boeing 737-800NG и выполняет рейсы по 60 направлениям.

6. «Nordwind Airlines». Авиакомпания была образована в 2008 году. Занимается международными чартерными рейсами из городов России по курортным направлениям. Базовые аэропорты авиакомпании находятся в Москве и Красноярске. Парк состоит из самолетов: Airbus A321, Boeing 737-800, Boeing 757-200, Boeing 767-300, Boeing 777-200.

7. «Thai Airways». Является национальным авиаперевозчиком Таиланда и была основана в 1960 году. Воздушный флот авиакомпании насчитывает более чем 80 лайнеров Airbus и Boeing различных типов. География полетов насчитывает 75 направлений в 35 странах мира.

8. «Turkish Airlines». Является самым крупным авиаперевозчиком Турции, основанный правительством страны в 1933 году. Штаб-квартира компании находится в Стамбуле, а базовым аэропортом служит Международный аэропорт имени Ататюрка. Авиакомпания осуществляет местные перелеты, а также международные рейсы, в том числе и во многие крупные российские города.

9. «Utair». Российский авиаперевозчик, входящий в пятерку крупнейших авиакомпаний Российской Федерации по общему количеству перевезенных пассажиров. Была образована в 1991 году. Базовые аэропорты находятся в Москве, Сургуте и Тюмени [13, с. 64].

Самолетный парк авиакомпании состоит из самолетов: ATR 42, ATR 72, Boeing 737-400, Boeing 737-500, Boeing 737-800, Boeing 757-200, Boeing 767-200, Bombardier CRJ-100/200, Туполев Ту-154.

10. Авиакомпания «Руслайн». Российская компания, выполняющая ре-

гулярные, чартерные и VIP-перевозки пассажиров.

Из перечисленных авиакомпаний из Белгородского аэропорта летают: «Руслайн», «Utair» и «NordWind».

Развитие всех направлений деятельности туристической фирмы осуществляется в достаточно сложных условиях, поскольку для предпринимательской деятельности в области туризма в наше время характерна высокая степень конкуренции.

У туристической фирмы ООО «Алюстар-Тревел» большое количество постоянных клиентов, а менеджеры предприятия много раз были отмечены туроператорами и награждены сертификатами и дипломами, связанными с успешными продажами по направлениям: Греция, Мексика, Таиланд, Египет, Тунис.

Самым удобным методом анализа современного состояния организации, является SWOT-анализ. Название метода происходит от слов strengths – weaknesses – opportunities – threats, что в переводе означает: сила – слабости – возможности – угрозы. Под силой организации понимают совокупность умений работников организации, их навыков, опыта, организационных ресурсов, конкурентных возможностей и т.д.

Все перечисленное представляет собой активы организации в конкурентной борьбе. Слабость представляет собой отсутствие чего-то важного для функционирования организации или нечто, ставящее ее в неблагоприятное условие. Возможности организации заключаются в предоставляемых внешней средой условиях деятельности и проявляются в использовании сильных сторон и укреплении слабых сторон.

SWOT-анализ – это эффективный инструмент анализа положения изучаемого объекта под действием различных факторов, используя который можно разработать эффективные рекомендации и мероприятия по совершенствованию деятельности туристического агентства ООО «КОЛИБРИ-ТУР». SWOT-анализ ООО «КОЛИБРИ-ТУР» представлен в таблице 2.1. SWOT-анализ – один из самых распространенных видов анализа в маркетинге и

стратегическом управлении, позволяющий выявлять и структурировать сильные и слабые стороны фирмы, а также потенциальные возможности и угрозы [7, с. 62].

Таблица 2.1

## SWOT-анализ ООО «КОЛИБРИ-ТУР»

	Возможности	Угрозы
	1) возможность снижения цены; 2) ослабление позиций конкурентов; 3) возможность расширения деятельности за счет статуса фирмы как туроператора и турагента; 4) выход на рынки других регионов; 5) рост благосостояния общества.	1) появление новых конкурентов; 2) снижение платежеспособности населения; 3) изменения во вкусах потребителей; 4) нестабильность факторов внешнего и внутреннего характера на рынке.
<b>Сильные стороны</b>	1-3: возможность расширения деятельности, за счет высокого профессионализма сотрудников; 2-5: удовлетворение потребностей широкого круга потребителей; 6-1: возможность привлечения новых клиентов.	3-3: сохранение покупателей благодаря гибкой ценовой политике; 6-4: благоприятный имидж будет способствовать наличию спроса на предоставляемые услуги.
<b>Слабые стороны:</b>	3-4: поиск более удобных для клиентов вылетов; 4-1: есть возможность предоставления более высоких скидок, по сравнению с конкурентами.	5-1: может способствовать снижению имиджа предприятия; 4-1: уход потенциальных клиентов к конкурентам.
1) высокий профессионализм менеджеров по туризму; 2) широкий спектр предоставляемых туров; 3) гибкая ценовая политика; 4) удачное месторасположение; 5) большое количество постоянных клиентов; 6) благоприятный имидж предприятия.		
1) влияние фактора сезонности на прибыль; 2) отсутствие четкой стратегии развития; 3) недостаточное количество вылетов из региона; 4) большое количество конкурентов; 5) слабая маркетинговая политика.		

Из приведенного выше анализа можно сделать вывод о том, что серьезными проблемами для туристического агентства ООО «КОЛИБРИ-ТУР»

являются: слабая маркетинговая и рекламная политика, проблема сезонности, которая очень распространена на рынке туристских услуг, а также сильная конкуренция.

В деятельности ООО «КОЛИБРИ-ТУР» также имеются достаточно серьезные угрозы, и главная из них – появление новых конкурентов. Чтобы решить данную проблему необходимо провести деятельность по работе с клиентами и привлечь как можно большее число туристов, для этого необходимо усовершенствовать маркетинговую и рекламную политику предприятия, а также повысить качество обслуживания клиентов.

Для туристической фирмы также возможно предоставление большего количества скидок и льгот для различных сегментов рынка и постоянных клиентов. Главной угрозой для предприятия является снижение имиджа предприятия из-за различных внутренних и внешних факторов и последующее уменьшение количества обслуживаемых туристов.

Таким образом, ориентация предприятия на миссию и достижение поставленных целей зависит от того, насколько руководство может оценивать внутреннее состояние предприятия и будущее изменение факторов внешней среды. После проведения SWOT-анализа, организация может выделить аспекты, которым руководство должно уделить наибольшее внимание и провести мероприятия по их совершенствованию.

К основным конкурентам ООО «КОЛИБРИ-ТУР» относятся те фирмы, офисы которых располагаются достаточно близко по месторасположению. По отношению к своим конкурентам ООО «КОЛИБРИ-ТУР» обладает следующими преимуществами: офис компании располагается в Магазине «Гул-ливер», а значит, имеет большую проходимость; гибкая система скидок для постоянных клиентов; профессионализм сотрудников и опыт работы в этой сфере. Эти преимущества позволяют предприятию занимать хорошие позиции на белгородском рынке туристских услуг. Успешная деятельность на рынке также предусматривает в первую очередь удовлетворение нужд и запросов клиентов, прогнозирование их потребностей. ООО «КОЛИБРИ-ТУР»

работает с различными сегментами рынка и типами туристов. К основным потребителям относится местное население, предприятия, а также гости города. Большее количество потребителей – это молодожены и семьи с детьми.

Таким образом, ассортиментная политика ООО «КОЛИБРИ-ТУР» представляет собой обширное количество направлений и сегментов рынка. В своей деятельности предприятие сотрудничает с большим количеством туроператоров, а значит с авиакомпаниями. В дальнейшем туристическая фирма планирует расширять географию поездок и продолжать работать с самыми крупными туроператорами России.

### **2.3. Разработка предложений по организации чартерных рейсов в целях развития внутреннего туризма**

Главным туристическим трендом 2016 года станет продолжающийся рост внутреннего туризма, который будет увеличиваться за счет внешнего. При выборе направлений для новогоднего отдыха россияне продемонстрировали единодушие, когда стали массово выбирать билеты в Симферополь, Сочи, Краснодар, Минеральные Воды. В выборе билетов на 2016 год тенденция продолжается: по данным momondo, рост поисковых запросов билетов в Адлер составил 89%, в Минеральные Воды – 126%, в Анапу – 150%. Спрос на Симферополь увеличился в 6 раз.

В соответствии с целью выпускной квалификационной работы необходимо разработать предложения по организации чартерных авиаперевозок с целью развития внутреннего туризма. Проанализировав аэропорты в южном направлении было решено рассмотреть организацию чартерных рейсов в город Геленджик.

Аэропорт города Геленджик в Краснодарском крае расположен на территории города, на западном берегу Геленджикской бухты в районе Тонкого мыса. Ближайшие аэропорты находятся на расстоянии 83 км (Анапа) и 170 км (Краснодар). В 2004 году аэропорт был закрыт на реконструкцию, в ходе

которой была построена новая взлетно-посадочная полоса и временный аэровокзальный комплекс. Вновь открылся для регулярного пассажирского сообщения 29 мая 2010 года. Управление аэропортом осуществляет «Базэл Аэро», входящее в состав ФПГ «Базовый Элемент».

Пропускная способность аэродрома составляет 8 взлётно-посадочных операций в час, взлёт и посадка односторонняя (со стороны моря). В некоторых источниках указывается ширина ВПП 60 м, эта цифра получается за счет прибавления к ширине ВПП (45 м) ширины двух укрепленных обочин (2x7,5 м). С момента открытия аэропорта в 2010 году за 4 года им было обслужено около 800 000 пассажиров и более 10 000 рейсов

В настоящее время из аэропорта г. Белгорода в южном направлении существуют следующие рейсы:

- в г. Симферополь – понедельник, вторник, среда, четверг, пятница, воскресенье,

- в г. Сочи – понедельник, вторник, среда, суббота, осуществляемые компаниями «Победа», «Ижавиа», «Руслайн». Период совершения рейсов Белгород – Сочи 01.06.2016-27.09.2016.

Очевидно, что спрос в данном направлении превышает предложение и предлагаемый чартерный рейс будет пользоваться популярностью.

В качестве аргументации и обоснования актуальности выбранной чартерной линии на первом месте увеличение спроса на российские курорты, программы развития внутреннего туризма, и меньшая зависимость туров по России от туров за рубеж, и соответственно большая стабильность.

Организация авиаперевозок попадает под статью деятельности туроператора, туристическая фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР» входит в Единый Федеральный Реестр Туроператоров.

ООО «КОЛИБРИ-ТУР» необходимо заключить договор фрахтования судна. В качестве перевозчика выбрана Авиакомпания «UTair», организующая чартерные перевозки по различным направлениям. Договор фрахтования воздушного судна будет заключен сроком на 4 месяца.

Авиакомпания входит в пятерку крупнейших компаний Российской Федерации по общему количеству перевезенных пассажиров. Utair производит пассажирские регулярные и чартерные перевозки, а также большая часть деятельности компании – это вертолетные перевозки и работы. Штаб-квартира авиакомпании расположена в Сургуте, базовым аэропортом является Рошино (Тюмень) и аэропорт Внуково (Москва).

История авиакомпании началась в 1934 году с открытия авиадвижения по линии Тюмень – Тобольск – Самарово (Ханты-Мансийск) – Березово – Обдорск (Салехард). С развитием добычи нефти и газа в западной Сибири в конце 60-х годов было организовано Тюменское управление гражданской авиации. К 1990 году компания занимала лидирующие позиции в отрасли по объемам применения авиации в народном хозяйстве и по грузовым перевозкам. Авиапарк компании на начало 1991 года состоял из 600 воздушных судов 14 типов. В 1991 году Тюменское управление гражданской авиации было реорганизовано в авиаперевозчика «Тюменьавиатранс», а с 2002 года компания носит свое текущее название.

Ежедневно Utair выполняет около 200 рейсов на территории Российской Федерации и за рубежом. Маршрутная сеть авиакомпании покрывает 53 города России. Самолетный парк авиакомпании состоит из самолетов: ATR 42, ATR 72, Airbus A321, Boeing 737-400, Boeing 737-500, Boeing 737-800, Boeing 757-200, Boeing 767-200, Bombardier CRJ-100/200, Антонов Ан-2/Ан-3, Антонов Ан-24, Туполев Ту-134, и т.д.

Уже несколько лет компания успешно функционирует и в Белгороде. Из многочисленного авиапарка самолета наиболее подходящий для фрахтования по всем необходимым параметрам и вместимости является самолет чартер ЯК-42.

ЯК-42 – среднемагистральный трёхдвигательный пассажирский самолёт. Пассажировместимость самолета – 160 человек, что вполне соответствует необходимому количеству.

Стоимость аренды чартерного самолета по направлению Белгород (РФ)

– Геленжик (РФ), Геленжик (РФ) – Белгород (РФ), со временем в пути 1 час 40 минут, составляет 336,0 тыс. руб. В силу недостаточности собственных средств для самостоятельного осуществления инвестиционного проекта, предлагается создание объединения нескольких туроператоров.

В пул туроператоров по реализации проекта будут входить:

- туристическая фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР», которая является консолидатором проекта;

- «Tez Tour» - туроператор является одним из ведущих и крупных в России. Компания была основана в 1994 году и сегодня в её ассортименте разработаны туры по таким направлениям: Египет, Испания Греция, Доминикана, Таиланд, Турция, Шри-Ланка, Италия, Китай, Австрия, Андорра, Болгария, Кипр, Куба, Мальдивы, Мексика, ОАЭ;

- «ICS Travel Group» предлагает большое количество видов и программ для туристов: пляжный отдых; экскурсионные туры; лечебно-оздоровительный туризм; деловой туризм; детский отдых; аренда и продажа недвижимости.

С учетом реализации предложенных мероприятий в организационную структуру туристической фирмы ООО «КОЛИБРИ-ТУР» будут внесены определенные изменения, в частности добавляется персонал, работающий непосредственно в рамках внедряемого проекта, штат сотрудников увеличивается на 2 человека. Таким образом, в организационной структуре туристической фирмы ООО «КОЛИБРИ-ТУР» выделяется отдел, занимающийся непосредственно новым направлением, в частности юридическими и финансовыми вопросами чартерных перевозок, а также сбытом и рекламой нового туристического продукта.

К основным целям мероприятий по организации чартерных авиаперевозок относятся:

- получение высокой прибыли в ходе реализации инвестиционного проекта;

- выход на новые рынки сбыта;

- расширение сферы деятельности ООО «КОЛИБРИ-ТУР».

С учетом сезонности предоставляемой услуги и продолжительности туристического сезона страны пребывания, срок реализации проекта 3,5 месяца (июнь-сентябрь). Исходя из анализа сложившейся ситуации на рынке туристских услуг, в частности ориентируясь на потребительский спрос, решено организовывать чартерные рейсы два раза в неделю. Это позволит формировать туры различной продолжительностью.

Рейс Белгород – Геленжик и Геленжик – Белгород будет совершаться в один день, таким образом, общее количество полетов составит 60 рейсов за сезон (туда-обратно): 18 рейсов в июне, 18 рейсов в июле, 16 рейсов в августе, 8 рейса в сентябре. Все затраты на аренду чартера возможно делить между туристскими фирмами – туроператорами, которые войдут в состав пула.

В таблице 2.2 представлены затраты ООО «КОЛИБРИ-ТУР» на реализацию данного проекта.

Таблица 2.2

Первоначальные затраты ООО «КОЛИБРИ-ТУР» на реализацию проекта

Статья затрат	Сумма, тыс. руб.
Оплата аренды чартера	1344
Расходы по продвижению нового направления	40
Оплата труда временного персонала	20
Отчисления из фонда оплаты труда (30,2%)	6,04
Расходы по организации нового направления	6
Итого:	1 416,04

Подготовительный этап начинается в начале года в январе, необходимо собрать необходимые документы для оформления финансовой гарантии туроператора. Также на данном тапе проводится анализ деятельности авиакомпаний России, и выбираются партнеры для организации пула. Стоимость оплаты чартерных рейсов, включенная в сумму первоначальных инвестиций составляет 1 416,04 тыс. руб. и она включает в себя стоимость 2 рейсов туда-обратно по маршруту Белгород – Геленджик - Белгород.

Исходя из показателей в таблице, можно сделать вывод, что основные первоначальные затраты приходятся на оплату аренды чартера, на выплату страховой премии туроператора, а также на расходы по продвижению нового направления. Для реализации предлагаемого инвестиционного проекта организации чартерных авиаперевозок необходимы первоначальные инвестиции размере 1 533,12 тыс. рублей.

В качестве мероприятий по продвижению продукта планируется:

- заключение договорных соглашений на реализацию авиабилетов с максимальным количеством туристических фирм города;
- реклама объявлений в бесплатных газетах и журналах («Моя реклама»);
- обновление собственного сайта туроператора, поддержание его качественной работы;
- наружная реклама;
- реклама на транспорте: размещение стикеров в троллейбусах и автобусах;
- поддержание рекламной компании: печать рекламной продукции в течение реализации проекта: листовки и различная сувенирная продукция.

Таким образом, первоначальные затраты на продвижение продукта составляют 40000 руб. – в мае месяце, постоянные затраты на рекламу в течение июня-сентября – 10,0 тыс. руб. в месяц. Общие затраты на продвижение чартерных рейсов составят 80,0 тыс. руб.

Так как туристической фирме не хватает собственных средств для организации данного проекта в ООО «КОЛИБРИ-ТУР» предполагается взять кредит от банка ВТБ в размере 4,5 млн. руб. под 30% годовых сроком на 4 месяца. Группа банков ВТБ сегодня обладает уникальной для российских банков международной сетью, которая насчитывает более 30 банков и финансовых компаний более чем в 20 странах мира. ВТБ предоставляет своим клиентам комплексное обслуживание в странах СНГ, Европы, Азии и Африки. На российском банковском рынке группа ВТБ занимает второе место по

всем основным показателям. График платежей по кредиту представлен в таблице 2.3.

Таблица 2.3

## График платежей по кредиту

№ платежа	Дата платежа	Сумма Платежа, тыс. руб.	Основной долг, тыс. руб.	Начисленные проценты, тыс. руб.	Остаток Задолженности, тыс. руб.
1	Июнь	1 196,18045	1 083,68045	112,5	3 416,31955
2	Июль	1 196,18045	1 110,77246	85,40799	2 305,54709
3	Август	1 196,18045	1 138,54177	57,63868	1 167,00532
4	Сентябрь	1 196,18045	1 167,00532	29,17513	0,00
Итого по кредиту		4 784,7218	4 500,0	284,72180	

Также к дополнительным затратам по инвестиционному проекту добавляются ежемесячные выплаты, за период реализации составляющие общую сумму 4 784,7218 тыс. руб. Ежемесячные выплаты ООО «КОЛИБРИ-ТУР» составят 1 196,18045 тыс. руб.

Постоянные затраты туристической фирмы ООО «КОЛИБРИ-ТУР» на реализацию инвестиционного проекта по организации чартерных авиаперевозок представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4

## Постоянные затраты по организации чартерных рейсов, тыс. руб.

Статья затрат	Месяц				
	май	июнь	июль	август	сентябрь
Рекламные мероприятия	40,0	10,0	10,0	10,0	10,0
Расходы на аренду чартера	1 344,0	6048	6048	5376	1344
Выплата по кредиту		1196,18045	1196,18	1196,18	1196,18
Страхование профессиональной ответственности туроператора	25,0				
Итого:	1409	7254	7254	6582,18	2550,18

Таким образом, к основным постоянным затратам относятся затраты на аренду чартера, а также на выплаты по кредиту банка. Переменные затраты

предприятия на реализацию проекта представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Переменные затраты по организации чартерных рейсов, тыс. руб.

Статья затрат	Месяц				
	май	июнь	июль	август	сентябрь
Расход на оплату труда	20	10	10	10	10
Отчисления из фонда оплаты труда	6,04	3,02	3,02	3,02	3,02
Управленческие расходы	6,0				
Итого:	32,04	13,02	13,02	13,02	13,02

В результате организации чартерного направления в Геленджик туристическая фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР» получит возможность увеличения своих финансовых показателей, а также увеличит возможности бизнеса и расширения своей деятельности.

Для эффективности проекта и получения экономической прибыли от деятельности необходим прогноз минимальной загрузки рейса, то есть общее количество пассажиров, загрузка одного рейса, и т.д. Данная информация указана в таблице 2.6.

Таблица 2.6

Прогноз объема продаж, июнь-сентябрь

Месяц	Кол-во рейсов	Загрузка 1-го рейса «туда-обратно»	Кол-во пассажиров, чел.	Выручка, руб.
Июнь	9	45% - 60%	72-96	4201600
Июль	9	75% - 100%	120-160	10614400
Август	8	90% - 100%	144-160	10910400
Сентябрь	4	55% - 80%	88-128	3552000
итого	30			29278400

В таблице 2.7 представлен прогноз продаж для объединения туроператоров. На основе таблицы 2.7 можно сделать вывод, что на конец периода реализации туристическая фирма ООО «КОЛИБРИ-ТУР» получит выручку в размере 29 278,4 тыс. руб.

В приложении 14 представлен прогноз загрузки рейсов на весь период

реализации чартерных рейсов. Средняя загруженность рейсов за период реализации чартерных рейсов по направлению Белгород – Геленджик составит по прогнозу 79%, средняя стоимость одного пассажирского места равна 3700 руб. За период реализации с учетом меняющегося спроса на предлагаемое направления и с целью максимальной загрузки самолета цена одного пассажирского места будет меняться от 2600 руб. в начале июля до 4400 руб. в августе. Стоимость чартерной программы составит 20 160,0 тыс. руб. (60 рейсов по 336,0 тыс. руб.), средняя стоимость одного пассажирского места составит 3700 за период реализации чартерных рейсов 3,5 месяца (табл. 2.8).

Таблица 2.8

Расчет чистой прибыли организации чартерных рейсов, тыс.руб.

Статья затрат	Месяц				
	май	июнь	июль	август	сентябрь
Рекламные мероприятия	40,0	10,0	10,0	10,0	10,0
Расходы на аренду чартера	1 344,0	6048	6048	5376	1344
Выплата кредита		1196,18045	1196,18	1196,18	1196,18
Из них процентов по кредиту		112,5	85,40799	57,63868	29,17513
Расход на оплату труда	20	10	10	10	10
Отчисления из фонда оплаты труда	6,04	3,02	3,02	3,02	3,02
Управленческие расходы	6,0				
Всего затраты	1416,04	6183,52	6156,428	5456,659	1396,195
Выручка		4201,6	10614,4	10910,4	3552
Прибыль	-1416,04	-1981,92	4566,4	5534,4	2208
Чистая прибыль	-1416,04	-1981,92	3653,12	4427,52	1766,4

Билеты на предлагаемый маршрут Белгород – Геленджик и Геленджик – Белгород будут предложены туристским фирмам для создания туров. В Свободной продажи данный билетов не планируется. Период действия чартерных рейсов был выбран с учетом климатических особенностей и анализа спросов туров в данном направлении.

## Заключение

Транспортные услуги являются одними из важнейших услуг в туристическом бизнесе, и на них приходится большая часть стоимости тура. В путешествии туристы используют различные способы передвижения по маршруту. Основная часть в секторе транспортных услуг принадлежит авиации. Туристы, путешествующие на дальние расстояния, пользуются услугами авиакомпаний.

В настоящее время рынок туристских услуг способен удовлетворить спрос любого потребителя, но трудно найти туристическую фирму, охватывающую все туристские направления, поэтому для расширения клиентской базы туристическим фирмам часто приходится прибегать к разработке новых туристских продуктов. С целью расширения предложения им также необходимо диверсифицировать свою деятельность, расширять имеющиеся ресурсы и материально-техническую базу.

Для повышения спроса и на туристские услуги, а вследствие увеличения прибыли для предприятия предложено организовать чартерные рейсы в город Геленджик.

В первой главе дипломного проекта были рассмотрены теоретические аспекты в сфере транспортных услуг, в частности чартерных авиарейсов. Были выделены технико-экономические особенности авиатранспорта, основные виды тарифов и рейсов. Также рассмотрены особенности чартерных перевозок и крупнейшие компании по чартерным перелетам. Был исследован российский и зарубежный опыт авиаперевозок и история развития отрасли, выделены самые крупные мировые авиакомпании и рассмотрен их самолетные парки.

Таким образом, авиаперевозки являются самым популярным и надежным видом транспорта для перемещения грузов и туристов. Воздушный вид перемещения характеризуется большим количеством достоинств, но также имеет некоторые недостатки. Наиболее удобными и распространенными рей-

сами для туристов являются чартерные рейсы. Вид чартера зависит от многих особенностей и туристические фирмы часто объединяются для его аренды. В этом объединении выявляется консолидатор – туристическая фирма, которая занимается необходимыми вопросами по формированию, реализации и продвижению чартерного рейса.

Во второй главе дипломного проекта была рассмотрена организационно-экономическая характеристика и проведен анализ хозяйственной деятельности ООО «КОЛИБРИ-ТУР». На основе полученных показателей были сформулированы выводы о финансовом положении предприятия на рынке сферы услуг, о его конкурентоспособности и прибыльности, а также платежеспособности и деловой активности.

В анализируемом периоде организация имела хорошие показатели выручки, прибыли от продаж и чистой прибыли и будущее увеличение данных показателей свидетельствует о финансовом развитии туристической фирмы и ее повышающемся уровне дохода.

Многие коэффициенты за период 2013-2015 гг. были значительно меньше нормативных значений, но в 2015 году наблюдается положительная тенденция к увеличению всех коэффициентов рентабельности. Также, в туристической фирме ООО «КОЛИБРИ-ТУР» достаточно низкий показатель коэффициента финансовой устойчивости и это низкое значение показателя говорит и о том, что в организации большое количество привлеченного извне капитала.

Была рассмотрена ассортиментная политика организации, основные направления её деятельности и авиакомпании взаимодействующие с ней процессе своей работы. Основным направлением деятельности туристической фирмы ООО «КОЛИБРИ-ТУР» является внутренний и выездной виды туризма. Туристическая фирма реализует туры, предоставленные её туроператорами по направлениям: Тунис, Греция, Индия, Таиланд, ОАЭ, Китай и Испания, Италия и т.д. Также, в ассортименте услуг предприятия представлены различные виды туризма.

Был проведен SWOT-анализ и сделаны выводы об основных сильных, слабых сторонах предприятия, а также возможностях и угрозах деятельности. Из приведенного анализа можно сделать вывод о том, что серьезными проблемами для туристического агентства ООО «КОЛИБРИ-ТУР» являются: слабая маркетинговая и рекламная политика предприятия, проблема сезонности, которая характерна для рынка туристских услуг, а также сильная конкуренция.

Предприятия сферы туризма должны видеть главной целью своего развития и организации деятельности не только в получении прибыли, но и в качественном удовлетворении потребностей потребителей. Современные бизнес-планы и инвестиционные проекты предприятий должны быть ориентированы на клиентов и конкуренцию, а также быть хорошо обоснованными и реалистичными в своем достижении.

В выпускной квалификационной работе был рассмотрен процесс организации чартерных авиаперевозок и их особенности с точки зрения туристической фирмы. Для организации таких перелетов необходима большая подготовительная работа и наличие значительных денежных ресурсов. Также, был предложен проект организации чартерных авиаперевозок в Геленджик и обоснована его актуальность. Данный вид услуг по этому направлению не представлен на туристическом рынке Белгородской области. Это является главным конкурентным преимуществом в процессе реализации чартеров.

В качестве аргументации и обоснования актуальности выбранной чартерной линии представлены данные, характеризующие Геленджик как один из наиболее перспективных курортов среди российских туристов.

Исходя из анализа сложившейся ситуации на рынке туристских услуг, в частности ориентируясь на потребительский спрос, решено организовывать чартерные рейсы два раза в неделю. Для реализации организации чартерных авиаперевозок необходимы первоначальные инвестиции размере 4,5 млн. руб. Организация чартерных рейсов будет способствовать развитию внутреннего туризма и росту прибыли туристской фирмы.

### Список использованных источников

1. Воздушный кодекс Российской Федерации: Кодекс РФ от 19.03.1997 № 60-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Текст] : Федеральный закон РФ № 132-ФЗ от 24.11.1996 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
3. Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей : Федеральные авиационные правила от 28 июня 2007 г. № 82 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
4. Развитие внутреннего и выездного туризма в РФ (2011-2018 годы) [Текст] : Федеральная целевая программа утверждена постановлением правительства РФ № 644 от 2 августа 2011 года // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
5. Абрютин, Н. С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия [Текст] : учебное пособие / Н. С. Абрютин, А. В. Грачев – М. : Издательство «Дело и сервис», 2010. – 256 с.
6. Алексеев, М. М. Планирование деятельности фирмы [Текст] : учебно-методическое пособие для студентов / М. М. Алексеев – М. : Финансы и статистика, 2010. – 248 с.
7. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма : Учебное пособие. – М. : Инфра-М, 2012. – 180 с.
8. Береснев, И. Анализ развития рынка перевозки пассажиров в 2014-2015 годах / И. Береснев [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://avia.pro/blog/analiz-razvitiya-rynka-perevozki-passazhirov-v-2014-2034->

godah (дата обращения 15.04.2016)

9. Биржаков, К. М. Индустрия перевозки [Текст] : учебник / К. М. Биржаков, В. И. Никифиров. – М. : Герда ИД, 2011. – 528 с.

10. Более 1,1 миллиарда туристов путешествовали за рубеж в 2014 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2015-01-28/bolee-11-milliarda-turistov-puteshestvovali-za-rubezh-v-2014-g> (дата обращения 11.04.2016)

11. Быкадаров, В. Л. Финансово-экономическое состояние предприятия [Текст] : учебник для вузов / В. Л. Быкадаров, П. Д. Алексеев. – М. : ПРИОР, 2012. – 306 с.

12. Бюджетные авиалинии мира [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.lowcosts.ru/airlines/> (дата обращения 23.04.2016)

13. Веткин, В. А. Технология создания туристского продукта [Текст] : учебное пособие / В. А. Веткин. – М. : МарТ, 2012. – 224 с.

14. Гальченко, А. Исследование рынка воздушных перевозок России [Текст] / А. Гальченко, В. Тегин // Авиационная техника. – 2014. – № 11. – С. 15-17.

15. Грачева, О. Ю. Организация туристического бизнеса. Технология создания турпродукта [Текст] : учебник / О. Ю. Грачева, Ю. А. Маркова, Л. А. Мишина. – М. : Издательский дом «Дашков и К», 2010. – 276 с.

16. Гуляев, В. Г. Организация туристских перевозок [Текст] / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 512 с.

17. Деркач, О. Я. Какой ресурс нужен коммерческому самолету? [Текст] / О. Я. Деркач // Авиаглобус. – 2014. – № 8 (28). – 8 с.

18. Динамика устойчивого развития или факторы, определяющие перспективы авиатранспортной отрасли России [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.aex.ru/fdocs/2/2015/2/20/25630/> (дата обращения 13.04.2016)

19. Измайлова, Н. Роль персонала в деятельности туристской фирмы [Текст] / Н. Измайлова // Туристские фирмы. – 2014. – №4. – С. 38.

20. Ильин, В. И. Воздушные перевозки в зарубежных странах. [Текст] : учебник / В. И. Ильин. - М. : АСТ, 2010. – 95 с.
21. Истомина, Э. Г. Внутренний туризм и туристские ресурсы России / Э. Г. Истомина, М. Г. Гришунькина. – М. : РГГУ, 2014. – 288 с.
22. Итоги развития туризма в 2015 году [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gotours.pro/tourizm2014.html> (11.03.2016)
23. Кабушкин, Н. И. Менеджмент в туризме [Текст] : учебное пособие / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – Мн. : «Новое знание», 2013. – 215 с.
24. Калашников, И. В. Общие договорные принципы организации туров [Текст] / И. В. Калашников // Турифо. – 2013. - № 13. – С. 22-26.
25. Канке, А. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учеб. пособие / А. А. Канке, И. П. Кошечкина – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ФОРУМ: ИНФОРМА-М, 2012. – 288 с.
26. Киселенко, А. Методы анализа и моделирования развития транспортной системы регионов [Текст] / А. Киселенко, Е. Сундуков // Региональная экономика. – 2014. – № 11. – С. 2-7.
27. Клочков, В. Прогнозирование спроса на продукцию авиационной промышленности в современных условиях [Текст] / В. Клочков // Проблемы прогнозирования. 2013. – № 2. – 15 с.
28. Королев, А. Большой бум [Текст] / А. Королев // Top Flight – 2013. – №1. – 116 с.
29. Косолапов, А. Б. География российского внутреннего туризма [Текст] : учеб-метод. пособие / А. Б. Косолапов - 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2011. – 272 с.
30. Костюченко, Ю. Развитие лоукостеров в России. Финальный отчёт / Ю. Костюченко [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://avia.pro/blog/razvitie-loukosterov-v-rossii-finalnyu-otschyot> (дата обращения 13.04.2016)
31. Кружалин, В. И. Туризм и рекреация на пути устойчивого развития [Текст] / В. И. Кружалин. – М. : Советский Спорт, 2013. – 430 с.

32. Крутик, Н. П. Предпринимательство в сфере сервиса [Текст] : учебник / Н. П. Крутик. – М. : Издательский центр «Академия», 2013. – 160 с.
33. Кусков, А. С. Основы туризма [Текст] : учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – М. : КноРус, 2012. – 400 с.
34. Любушин, Н. П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учебное пособие / Н. П. Любушин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 448 с.
35. Макастрова, Н. Как привлечь туристов и стать туристическим брендом в России [Текст] / Н. Макастронова. – М. : ООО Консалтинговая компания «Конкретика», 2013. – 400 с.
36. Малахова, М. С. Инновации в туризме и сервисе [Текст] : учеб. пособие / М. С. Малахова. – М. : Феникс, 2012. – 244 с.
37. Маркарьян, Э. А. Экономический анализ хозяйственной деятельности. [Текст] : учебное пособие для студентов / Э. А. Маркарьян. – М. : КНОРУС, 2013. – 304 с.
38. Мировой рынок авиаперевозок: конкуренция и концентрация [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.ato.ru/content/mirovoy-rynok-aviaperevozok-konkurenciya-i-koncentraciya> (дата обращения 13.04.2015)
39. Мощенко, Н. Анализ финансовой отчетности на предприятии [Текст] / Н. Мощенко // Международный бухгалтерский учет. – 2014. – № 6. – С. 22-25.
40. Обзор рынка пассажирских авиаперевозок [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http://www.qbfin.ru/markets\\_review\\_3.html](http://www.qbfin.ru/markets_review_3.html) (дата обращения 11.04.2016)
41. Организация туризма [Текст] : учеб. пособие / Под ред. Н. И. Кабушкина. – Минск : Новое знание, 2012. – 632 с.
42. Падение рубля изменит российский туризм: в живых останутся не все [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.svali.ru/index.php?index=11&ts=141229155656> (17.05.2016)
43. Панкевич, С. Оценка финансовой устойчивости предприятия

[Текст] / С. Панкевич // Планово-экономический отдел – 2010. – № 10. – С. 66-69.

44. Пилипенко, Г. П. Развитие туристкой индустрии России в современных условиях [Текст] / Г. П. Пилипенко // Туризм: право и экономика. – 2013. - № 6 (13). – С. 11-15.

45. Прогноз мирового и российского рынка авиаперевозок [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.aviaport.ru/news/2013/254185.html> (дата обращения 13.04.2016)

46. Прогнозы экспертов: Что ждёт отрасль в 2016 году? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.trn-news.ru/news/16419> (10.05.2016)

47. Развивающийся рынок авиаперевозок и его зависимость от роста городов [Электронный ресурс] – Режим доступа : Подробнее на: <http://avia.pro/blog/prognoz-razvitiya-rynka-aviaperevozok-2014-2033-gg> (дата обращения 13.05.2016)

48. Романенко, И. В. Экономика предприятия [Текст] : учебник для студентов / И. В. Романенко – М. : Финансы и статистика, 2012. – 271 с.

49. Российский туризм 2015: неутешительные итоги [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.epochtimes.ru/turizm-2014-itogi-98962333/> (23.05.2016)

50. Рыжкин, С. Летный ресурс [Текст] / С. Рыжкин // Коммерсантъ. Business guide, 2013. – № 151. – С. 15-18.

51. Рынок авиаперевозок: динамика развития в России [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http://www.utravel.ru/events/\\_aview\\_b7677548cat14](http://www.utravel.ru/events/_aview_b7677548cat14) (дата обращения 13.05.2016)

52. Рынок внутренних авиаперевозок оказывает серьезное влияние на развитие внутреннего туризма России [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://prootel.ru/obschaya/ryinok-vnutrennih-aviaperevozok-okazyivaet-sereznoe-vliyanie-na-razvitie-vnutrennego-turizma-r-2/> (дата обращения 13.05.2016)

53. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учеб-

ное пособие / Г. В. Савицкая – Мн. : Новое знание, 2012. – 687 с.

54. Сенин, В. С. Туристский бизнес [Текст] : учебное пособие для вузов / В. С. Сенин, А. В. Денисенко – М. : Финансы и статистика, 2014. – 115 с.

55. Федоров, В. А. Современное состояние туристской транспортной системы и перспективы ее развития на базе интеграционных транспортных моделей / В. А. Федоров // Современные технологии управления, 2013. - № 10 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://sovman.ru/all-numbers/archive-2013/october2013/item/201-the-current-state-of-tourist-transportation-system-and-its-future-development-based-on-the-integration-of-transport-models.html> (дата обращения 17.04.2016)

56. Хелферт, Э. Техника финансового анализа [Текст] : учебник / Э. Хелфет. Под ред. Л. П. Белых. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 2013. – 311 с.

57. Цветикова, В. М. Анализ деятельности туристических фирм / В. М. Цветикова [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://otherreferats.allbest.ru/sport/00148396\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/sport/00148396_0.html) (дата обращения 12.04.2016)

58. Чартерные рейсы [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://fly.ru/Charter.html> (дата обращения 13.04.2016)

59. Что такое чартер? [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.biletvip.ru/spravkamain/aboutcharter> (дата обращения 13.04.2016)

60. Что такое чартерный рейс [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http://www.kolatours.ru/for\\_tourist/52](http://www.kolatours.ru/for_tourist/52) (дата обращения 13.04.2016)

61. Evans N., Campbell D., Stonehouse G. Strategic Management for Travel and Tourism [Text]. Butterworth-Heinemann; 2010. – 440 p.

## **Приложения**