

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

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА

**Разработка и экономическое обоснование проекта организации
чартерных рейсов в целях развития внутреннего туризма
(на примере ООО «ПЕЛАРГОС»)**

Дипломный проект

студентки заочного отделения 6 курса группы 05001081

Черноброва Наталья Сергеевны

**Научный руководитель
доц., к.э.н. Богомазова И.В.**

**Рецензент
Директор ООО «ПЕЛАРГОС»
Подскребышева А.П.**

БЕЛГОРОД 2016

Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические основы организации чартерных рейсов и их влияние на развитие внутреннего туризма.....	6
1.1. Понятие и особенности чартерных рейсов.....	16
1.2. Влияние авиаперевозок на развитие внутреннего туризма.....	16
1.3. Состояние и тенденции развития авиаперевозок в России и за рубежом.....	27
2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «ПЕЛАРГОС»..	38
2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	38
2.2. Анализ финансовых показателей деятельности предприятия.....	46
2.3. Оценка структуры услуг и потребителей предприятия.....	52
3. Разработка и экономическое обоснование проекта организации чартерных рейсов ООО «ПЕЛАРГОС».....	63
3.1. Заключение договора с авиакомпанией-лоукостер и организация чартерных рейсов.....	63
3.2. Экономическое обоснование проектных мероприятий.....	72
3.3. Расчет экономической эффективности проекта.....	82
Заключение.....	92
Список использованных источников.....	96
Приложения.....	103

Введение

2016 год можно будет назвать годом внутреннего туризма в России. Определяющей тенденцией 2016 года, которая будет распространяться как на выездной, так и на внутренний туризм, должна стать крайняя чувствительность потребительского рынка к ценовым изменениям.

Особенностью 2015 года, которая сохранится и в наступающем году, станет сокращение глубины продаж туристического продукта. Хорошие шансы заместить часть турецкого потока есть у российских курортов, но только при условии, что повышение цен не будет опережать темпы инфляции, которая по прогнозу Минэкономразвития в 2016 году должна будет составить 6,4%.

Если цены на туристические услуги в Краснодарском крае и в Крыму вырастут в среднем на 15%, то это приведет внутренний рынок к стагнации либо к снижению интереса к нему. Подобная картина наблюдалась в текущем году в Анапе: когда после аншлага предыдущего года и в ожидании повторения успеха владельцы средств размещения заранее повысили цены в 2015 году, курорт получил неожиданно слабый спрос.

По оценкам экспертов, до последнего времени в сегменте внутреннего туризма 80% составляли «дикари», которые не пользовались услугами туристических фирм, но и в этом раскладе наметился перелом.

Развитие интереса к Сочи и Крыму обусловлен появлением на этом рынке крупных туроператоров. Впервые были поставлены чартеры в Крым, чартерные поезда в Краснодарский край и Сочи, массированная автобусная перевозка в Большой Сочи к объектам, построенным к Олимпиаде. Что позволило снизить среднюю цену в сегменте организованного туризма на 25%, благодаря работе туроператоров. Это привело к перетоку из самостоятельного туризма в организованный.

Российские туроператоры готовятся к росту спроса на отечественные курорты летом 2016 года на фоне запрета продаж Турции и Египта. По пред-

варительным оценкам, число россиян, которые поедут отдыхать на Черное море, вырастет на 1-1,5 млн. человек

Уже в прошлом году приличная часть туристов переориентировалась на российские курорты. Речь идет о тех категориях госслужащих, которым запретили выезжать за рубеж. По словам экспертов, чартерные рейсы на внутреннем рынке организовать легче, чем за рубеж. В компании TUI Россия отмечают, что чартеры особенно удобны для туристов из регионов, которые хотят отдохнуть на Черноморском побережье. При всех сложностях отдых в России может стать прибыльным бизнесом при условии грамотной его организации и здоровой обстановки на рынке, считают туроператоры.

В настоящее время авиационное сообщение является наиболее востребованным видом перевозки туристов, что обусловлено расширением географии путешествий, а также экономией времени нахождения в пути. Однако, по данным Ростуризма России, авиаперелеты на южные курортные направления организованы недостаточно эффективно с точки зрения расписания и ценовой политики.

Целью дипломного проекта является изучение теоретических вопросов организации чартерных рейсов и разработка проекта организации чартерного рейса в г. Анапу с целью развития внутреннего туризма.

В соответствии с заявленной целью дипломного проекта были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы организации чартерных рейсов и их влияние на развитие внутреннего туризма;
- исследовать состояние и тенденции развития авиаперевозок в России и за рубежом;
- проанализировать финансово-хозяйственную деятельность ООО «ПЕЛАРГОС»;
- разработать и сделать экономическое обоснование проекта организации чартерных рейсов;
- изучить технологию заключения договора с авиаконструкцией-лоукостер;

- рассчитать и проанализировать экономическую эффективность разработанного проекта.

Предметом исследования данного дипломного проекта является организация чартерных рейсов.

Объектом исследования дипломного проекта является туристическая фирма ООО «ПЕЛАРГОС».

Период исследования – 2013-2015 гг.

Структура дипломного проекта состоит из трех глав. В первой главе рассмотрены теоретические основы организации чартерных рейсов и их влияние на развитие внутреннего туризма, состояние и тенденции развития авиаперевозок в России и за рубежом.

Во второй главе был проведен анализ организационно-экономической и финансовой деятельности туристической фирмы ООО «ПЕЛАРГОС», выявлены основные проблемы в деятельности организации. В третьей главе был разработан проект организации чартерных авиаперевозок в г. Анапа и проведено его обоснование, и расчет экономической эффективности.

Методической основой дипломного проекта является применение таких методов как: метод сравнений, метод анализа, метод экспертных оценок и метод систематизации полученных данных.

Теоретической основой для написания дипломного проекта послужили учебники, учебные пособия российских и зарубежных авторов. Были использованы научные труды Г.А. Кабушкина, В.Г. Гуляева, В. Клочкова. Также были рассмотрены научные исследования в сфере гражданской авиации. Проблемы безопасности пассажирских самолетов в своих работах рассматривали авторы: С. Рыжкин, В.А. Федоров. История, опыт зарубежных стран и основные проблемы отечественной авиации были описаны В.И. Ильиным, А. Гальченко и О.Я. Деркач в научных статьях. Проблемы развития бюджетных авиаперевозчиков в России рассматривает Ю. Костюченко.

Информационной основой работы является бухгалтерская отчетность туристической фирмы ООО «ПЕЛАРГОС» за 2013-2015 гг. и его устав.

1. Теоретические основы организации чартерных рейсов и их влияние на развитие внутреннего туризма

1.1. Понятие и особенности чартерных рейсов

На языке авиаторов определение понятия «чартер» звучит так: «Это договор фрахта, согласно которому одна сторона (фрахтовщик) обязуется предоставить другой стороне (фрахтователю) всю или часть транспортного средства на один или несколько рейсов для перевозки грузов, пассажиров и багажа». А если проще, то чартер – это заказ авиарейса, причем целиком, включая самолет, экипаж, питание и обслуживание пассажиров. К тому же это заказ конкретного рейса на установленную дату по определенному маршруту на назначенном воздушном судне. Основной заказчик чартеров – туроператоры. Основные маршруты – там, где не хватает регулярных рейсов. В первую очередь сюда относятся популярные в пики сезона курорта.

Чартерным называют рейс, выполняемый авиакомпанией по заказу консолидатора (заказчика) для перевозки пассажиров по заданному маршруту в определенное время. Как правило, эти перевозки не включены в расписание авиакомпании и не являются регулярными. Заказчиком чартерного рейса может быть туристическая фирма, крупная компания, политическая партия, учебное заведение.

Относительная дешевизна билета объясняется тем, что консолидатор рискует, заказывая чартер, ведь не все билеты могут быть проданы. Поэтому за оптовую продажу билетов авиакомпания и снижает аренду, что конечно сказывается на стоимости перелета [18, с. 12].

Чартер (англ. Charter) – в международном торговом мореплавании и воздушном сообщении – разновидность договора перевозки груза, пассажиров и багажа, синоним договора фрахтования. По договору Чартера одна сторона (фрахтовщик) обязуется предоставить другой стороне (фрахтователю) за плату всю вместимость или часть вместимости одного или нескольких транспортных средств на один или несколько рейсов для перевозки грузов,

пассажиров и багажа. Нормы о Чартере содержатся в ГК РФ (см. Договор аренды транспортного средства с экипажем) и Воздушном кодексе РФ. Утверждает же чартерные рейсы ГСГА (Государственная Служба Гражданской Авиации) [1, 3].

Чаще всего дополнительные рейсы берутся на сезон (например, на лето в Турцию, Египет и т.д.). Заказчик или организатор чартерного рейса (консолидатор) – это туркомпания, которая договорилась с авиакомпанией, забронировала целиком самолет и отправила его в нужном направлении. При этом часто турфирма не в состоянии «поднять чартер» сама, она делает это вместе с несколькими компаниями. Чартерные рейсы – это рейсы, которые выполняются на период «высокого» сезона, как правило, от 2 до 6 месяцев, вне расписания на условиях чартерного договора между заказчиком (туроператором) и авиаперевозчиком, утверждаются ГСГА [17, с. 53].

Регулярные рейсы выполняются в соответствии с расписанием движения воздушных судов, сформированным перевозчиком и опубликованным в компьютерном банке данных, тогда как чартерные рейсы представляют собой нерегулярные перевозки, не включенные в основное расписание и выполняющиеся в соответствии с договором чартера и утвержденным планом (графиком) чартерных перевозок.

В цену билета на регулярном рейсе заложены все риски, самолет полетит в любом случае, даже с единственным пассажиром на борту. Выкупая заранее все места в самолете, турфирма берет эти риски на себя, за оптовую продажу авиакомпания существенно снижает цену аренды самолета.

Основываясь на экономических и статистических данных прошлых периодов, турфирма может спланировать, сколько приблизительно туристов полетит в данном направлении и заказать самолет, исходя из расчетных показателей. Конечно, есть риск, что пассажиров будет значительно меньше, но за этот риск турфирма и получает скидку от авиакомпании [62].

Схема аренды (фрахта) воздушного судна достаточно простая: туроператор, обычно крупный, специализирующийся на конкретном туристическом

направлении, подписывает договор с авиаперевозчиком и получает возможность зафрахтовать целый самолет на определенное время. Далее туроператор может распоряжаться продажей мест в самолете по своему усмотрению: может все оставить себе, а может часть продать по договорам другим турфирмам, компаниям или частным лицам.

Большая часть чартерных рейсов выполняется авиакомпаниями на тех же самолетах, что обслуживают регулярные рейсы. Чартеры летают в промежутках между регулярными рейсами и обычно выполняют рейс «туда и обратно» (самолет привозит новых туристов и тут же забирает с курорта уже отдохнувших). Чаще всего туроператоры арендуют Ту-154 или Ил-86 [64].

Для туристов особенности чартерного рейса заключаются в следующем:

- билеты на чартер в основном приобретаются в составе стандартного турпакета (гостиница, питание, транспорт, трансфер и т. д.),

- покупка заблаговременно и бронирование билетов на чартер невозможна. В отличие от покупки обычных билетов, билеты на чартер выписываются только после полной оплаты,

- точное расписание чартерного рейса обычно становится известно за несколько дней, а иногда и часов до вылета самолета, а билет на руки турист получает за один день до вылета, как правило, в аэропорту у представителя турфирмы.

Достоинства чартерных рейсов следующие.

1. На ряд популярных курортов регулярные рейсы просто не летают, и единственной возможностью добраться туда без пересадок являются чартерные рейсы. Например, в турецкие города Анталию, Бодрум, Даламан, на египетские курорты Хургада и Шарм-эль-Шейх, греческие острова Корфу, Крит, Родос, Пафос, курорты Туниса, Индии и других стран летают только чартерные рейсы.

2. Несомненным достоинством чартерного рейса является его цена. Как правило, она значительно ниже, чем на регулярные рейсы. К тому же, если за

день-два до вылета туроператор не продал все билеты на самолет, то он, стараясь хоть как-то уменьшить свои убытки, снижает стоимость билета на 50-70%. Билеты на чартерный рейс, естественно, не проданные, можно за несколько дней до вылета приобрести у туроператора-консолидатора или турфирм, имеющих с этим туроператором соответствующие договоры, а также через биржи и брокерские конторы в Интернете, специализирующиеся на продаже билетов на чартерные рейсы [58].

Информацию о чартерных рейсах и предложения по продаже билетов на них также можно найти на профессиональных туристических порталах. Следует иметь в виду, что билет на чартер будет стоить дороже отдельно от турпакета. Но такая покупка все равно выгоднее, чем приобретение билета на регулярный рейс. Чартерные тарифы в европейские страны могут быть в 2-3 раза ниже регулярных, но на дальние направления эта разница не так существенна.

Недостатки чартерных рейсов заключаются в следующем.

1. В салоне чартерного самолета отсутствует деление на классы: первый, бизнес и эконом-класс и предусмотрено большее число кресел за счет уменьшения расстояния между ними, что создает определенные неудобства при полете.

2. Поскольку чартерные самолеты летают в промежутках между регулярными рейсами, время их вылета (прилета) часто неудобно для туриста: прилет рано утром к месту отдыха создает определенные неудобства при заселении в гостиницу (туристу приходится ждать по несколько часов заселения, так как расчетный час в гостиницах обычно в 12-14 часов утра), а при позднем прилете теряется целый день отдыха.

3. Существенным для пассажиров недостатком является задержка рейса на неопределенное время. Если произошел сбой в расписании или перегрузка летного поля, то в первую очередь отправят регулярные рейсы, и уж только потом чартерные. В случае неисправности самолета регулярного рейса пассажиров могут вывезти следующим рейсом или рейсом авиакомпании-

партнера. Клиентам же чартерных перевозок придется ждать устранения причин неисправности или специального резервного самолета, которого может и не быть в наличии [53].

Согласно действующим «Общим правилам воздушных перевозок пассажиров и багажа»: в случае задержки, отмены рейса, в том числе и чартерного, перевозчик обязан организовать для пассажиров в пунктах отправления и в промежуточных пунктах следующие услуги:

- предоставление комнат матери и ребенка пассажиру с ребенком в возрасте до 7 лет;
- 2 телефонных звонка или 2 сообщения по электронной почте при ожидании отправления рейса более 2-х часов;
- обеспечение прохладительными напитками при ожидании отправления рейса более 2 часов;
- обеспечение горячим питанием при ожидании отправления рейса более 4-х часов и далее каждые 6 часов – в дневное время и каждые 8 часов – в ночное время;
- размещение в гостинице при ожидании вылета рейса более 8 часов – в дневное время и более 6 часов – в ночное время;
- доставка транспортом от аэропорта до гостиницы и обратно в тех случаях, когда гостиница предоставляется без взимания дополнительной платы;
- организация хранения багажа (п. 99 раздела VII) [3].

Обязательно попросите поставить отметку на билете о задержке рейса, заверенную печатью или штампом представителя авиакомпании. Без этой отметки, в случае предъявления претензии, будет сложно доказать сам факт задержки самолета.

Сохраните чеки, если самостоятельно питались и снимали номер в гостинице. После возвращения из отдыха, составьте подробное заявление на имя авиакомпании, приложив к нему копии билетов и чеков, и лично, под роспись, доставьте его в отдел претензий.

4. Пожалуй, самый главный недостаток чартерных рейсов – невозможность вернуть деньги за билет на чартерный рейс в случае отказа от полета. Хорошо, если вы все спланировали заранее и никаких неожиданностей накануне вылета не произошло.

По действующему законодательству, возможность возврата уплаченных за авиабилет сумм прямо предусмотрена статьей 108 «Воздушного Кодекса РФ», согласно которой деньги за билет вернут в полном объеме, если сдать его не позднее чем за 24 часа до отправки воздушного судна, при возврате билета позднее этого времени с вас удержат сбор, размер которого не может превышать 25% от полной стоимости авиабилета [1]. Осуществление чартерных перевозок тоже попадает под действие этого кодекса (статья 104). Но проблема в том, что в случае с чартерным рейсом турист заключает договор не с перевозчиком, а с турфирмой, зафрахтовавшей самолет, а турфирмы обычно страхуют себя от любых рисков и, как правило, включают в свои договоры с туристами что-то типа такого пункта: «Тариф авиабилетов на чартерные рейсы является невозвратным». Это означает, что деньги за билет на чартер вам никто возвращать не собирается, а выиграете ли вы дело по суду, еще очень большой вопрос. Турфирма, конечно, может пойти на уступки туристу, продав билет другому пассажиру и вернув деньги туристу, либо просто переписав билет на другого человека за определенную комиссию, но это не всегда приемлемый вариант [11, с. 114].

С одной стороны, можно понять турфирму, которая выкупила самолет целиком и не хочет рисковать, ведь, если она не продаст возвращенный билет, убытки полностью ложатся на нее. С другой стороны, это противоречит здравому смыслу и непонятно, почему турист вынужден платить подчас совсем не смешные деньги (особенно если речь идет о дальних направлениях) за услугу, которой он так и не воспользовался.

Однако такая практика сложилась не только в турфирмах, но и во многих, включая зарубежные, авиакомпаниях. К примеру, если авиакомпания проводит акции или какая-нибудь low-cost компания осуществляет продажу

билетов по минимальным тарифам, возврат денег за билет в этом случае становится также невозможным, что прямо оговаривается правилами авиакомпаний.

В целом можно сказать, что чартерные рейсы – довольно удобный вид транспорта для экономичного отдыха, однако имеющий некоторые, не всегда приятные отличия от регулярных рейсов. Но эти неудобства компенсируются низкой ценой на перелет.

Хозяин или организатор чартерного рейса называется консолидатором. В отличие от регулярного рейса, консолидатором чартерного рейса может быть, например, туркомпания (потому что именно туристическим компаниям обычно требуются чартерные рейсы, которые будут летать в одно время и не будут летать в другое время), договорившаяся с авиакомпаниями, забронировавшая целиком самолет и отправившая его в нужном направлении. Обычно турфирма организует чартерные рейсы не сама, а вместе с другими компаниями. Чаще всего под чартерные рейсы берутся самолеты Ил-86, Ту-154, а на маршрутах, летающих в Западную Европу - Ту-154М. Тип самолета может определяться за 1-2 дня до вылета, в зависимости от количества пассажиров: если много билетов продано – полетит Ил-86, если пассажиров мало, то Ту-154. Большая часть чартерных рейсов выполняется «регулярными авиакомпаниями» на своих обычных машинах. Чартеры летают в промежутках между регулярными рейсами и выполняются в виде цепочки «туда и сразу обратно» (самолет привозит новых туристов и тут же увозит предыдущих) [16, с. 17].

Существенным преимуществом чартерного рейса является то, что цена билета на чартер в два-три раза ниже, чем на регулярный рейс. Кроме того, на ряд популярных курортов регулярные рейсы просто не летают, или их число минимально. Поэтому несмотря на популярность таких курортов, напрямую добраться до них можно только чартерным рейсом.

Билеты на чартерные рейсы обычно входят в стандартный турпакет. Однако, если самолет, следующий чартерным рейсом, не переполнен, билеты

на оставшиеся места можно всегда приобрести и без турпутевки. Такие билеты не подлежат возврату, их стоимость при отмене тура не возвращается.

Отдельным видом чартерных рейсов являются так называемые «отстойные» рейсы. Отстойный рейс – это обычный чартерный рейс, при котором самолет ждет туристов в аэропорту весь период их отдыха (чаще всего такие одиночные чартерные рейсы выполняются в праздничные дни и планируются для участников краткосрочных туров) [65].

Под чартерные рейсы чаще всего берутся самолеты Ил-86, Ту-154 М, Боинг – 767-300 с салоном одного класса. Тип самолета может определяться буквально за 1-2 дня до вылета - это зависит от количества пассажиров: если билетов продано много - полетит Ил-86, если пассажиров оказалось мало - то Ту-154.

Большая часть чартерных рейсов выполняется «регулярными авиакомпаниями» на своих обычных машинах.

Существует несколько разновидностей чартерных рейсов.

Шаттл-чартеры рассчитаны на периодические полеты по одному направлению в течение туристического сезона. Они выполняются в виде цепочки «туда и сразу обратно» (то есть самолет привозит новых туристов и тут же увозит предыдущих. Здесь есть свой минус: заказчику приходится оплачивать два холостых полета. Первый – в начале сезона, когда самолет вынужден возвращаться пустым, отвезя на курорт первую в году группу отдыхающих, второй, соответственно, в конце сезона, когда пустой борт летит за последней группой клиентов. Несмотря на этот минус, такой вид чартерных программ наиболее популярен среди российских туроператоров. А для того, чтобы избежать убытков из-за двух холостых полетов, заказчик поднимает цены на пиковые даты, доводя их до максимума [62].

Чартер с отстоем («отстойник») – это такой перелет, который рассчитан на разовый вывоз группы туристов на определенный курорт и возврат этой же группы назад. Говоря простыми словами, самолет привозит туристов на курорт и ждет в аэропорту прилета, пока не закончится срок поездки. Конеч-

но, такая стоянка стоит денег, но за аренду места на аэродроме обычно приходится платить меньшую сумму, чем за два «холостых» полета пустого борта. Отстойные чартеры – не слишком выгодное мероприятие. Обычно к ним прибегают в пиковые даты (например, на Новый год), когда общее существенное повышение цен на турпутевки позволяет безболезненно оплатить аэропорту отстой самолета [54].

Сплит-чартеры – это своего рода совмещенный рейс, когда на одном участке пути пассажир летит регулярным рейсом, а на другом - на чартере. Иногда этот вид перевозки диктуется экономическими соображениями, а в некоторых случаях объясняется отсутствием в каком-либо из пунктов назначения возможности принять регулярный рейс. Например, на экзотические острова Индийского океана многие туроператоры отправляют своих туристов через Дубай. В Дубаи пассажиры прибывают регулярными рейсами европейских авиакомпаний, а оттуда летят на Мальдивы и Сейшелы чартерами местных авиалиний.

Поличартерная перевозка – это тоже совмещенный рейс, но состоит он из двух или более чартеров. Самые крупные чартерные авиакомпании в мире за 2015 год представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1

Крупнейшие чартерные авиакомпании мира за 2015 год

Авиакомпания	Страна	Кол-во пасс (млн.)	Пасс/ оборот, млн. пасс/км
TUI Group	Европа	22,1	71 018
Thomas Cook Airlines	Европа	10,9	35 753
Air Transat	Канада	3,2	13 727
Transavia Airlines	Нидерланды	2,8	6 727
Monarch Airlines	Великобритания	2,5	8 237
Travel Service Airlines	Чехия	1,8	3 821
Трансаэро	Россия	1,4	3 635
SAS Group	Швеция	1,4	3 797

Чартерная компания использует авиационную технику на чартерной основе, её рейсы не подчиняются обычному расписанию, а согласуются с

требованиями клиента. Многие регулярные авиакомпании также выполняют чартерные рейсы, но они не классифицируются как чартерные авиакомпании.

С развитием массового туризма чартерные рейсы приобрели новое направление развития – перевозку туристов в курортные и туристические города. Такие чартерные рейсы противопоставляют регулярным рейсам, но они фактически работают по постоянному расписанию. Однако в этом случае билеты продаются не непосредственно чартерной авиакомпанией пассажиру, а туристическим операторам, которые заказывают чартерный рейс (иногда совместно с другими туроператорами). Также чартерные авиакомпании обычно перевозят пассажиров, которые заказали индивидуально или небольшой группой рейс к морским курортам, историческим местам или портам, где их ожидает круизное судно, иногда самолёт нанимается для довольно большой группы, например, спортивной команды или воинского подразделения.

Обычно стоимость чартерного рейса входит в стоимость путёвки, в которую также входят трансферы в/из аэропорта к отелю проживания и стоимость проживания в отеле, а также, возможно, другие услуги. Тем не менее, в ряде стран антимонопольным законодательством запрещено включать перелёты в стоимость путёвки общей суммой, и туристы могут приобретать пакеты, включающий только перелёт к месту назначения и обратно. Такие пакеты обычно дешевле стоимости билета регулярной авиакомпании. Кроме того, чартерные авиакомпании часто работают на маршрутах или в аэропортах, где нет никакого регулярного сообщения. Большая часть пассажиропотока через аэропорты маленьких и средних размеров в Великобритании состоит из чартерных рейсов, и выживание этих аэропортов часто зависит от аэропортовых сборов, которые они получают от чартерных авиакомпаний.

Многие регулярные авиакомпании полного сервиса открывают чартерные подразделения, так как не могут в полной мере конкурировать с чартерными авиакомпаниями. Некоторые чартерные авиакомпании расширили спектр оказываемых услуг в соответствии с требованиями рынка.

1.2. Влияние авиаперевозок на развитие внутреннего туризма

Развитие внутреннего туризма России находится в непосредственной зависимости от состояния рынка внутренних авиаперевозок. На сегодняшний день на рынке внутреннего туризма России существует проблема нехватки низкобюджетных авиаперевозок и недостаточное количество межрегиональной перевозки [55].

Отметим, что с точки зрения финансов внутренние авиаперевозки непривлекательны даже для крупных российских компаний. В 2013 году была отмечена отрицательная рентабельность авиакомпаний на внутренних линиях. По мнению экспертов, сегодня российские авиакомпании выполняют своего рода социальную функцию, перевозя своих сограждан внутри страны за собственные деньги. Для того, чтобы внутренние авиаперевозки приносили прибыль, необходимо создавать определенные благоприятные условия на рынке.

Россия – огромная в сравнении с небольшими государствами Западной Европы страна. Расстояния между отдельными регионами крайне велики, поэтому более оптимально преодолевать их самолетами. Кроме того, здесь имеются достаточно дикие уголки, где иное сообщение, кроме воздушного, вообще невозможно. И все-таки, несмотря на явные предпосылки к активному развитию рынка, страна заметно отстает в данной отрасли от западных партнеров, хотя на текущий момент времени наметилась тенденция к улучшению ситуации на местном рынке авиаперевозок.

Необходимо отметить, что сегмент пассажирских авиаперевозок устойчиво растет последнее десятилетие. Доля воздушного транспорта в пассажирообороте транспорта общего пользования увеличилась более чем в 4 раза – с 11% в 2000 г. до 47% по итогам 2014 г. [12].

Независимо от высоких темпов развития рынка пассажирских перевозок воздушным транспортом спрос на авиаперевозки является ограниченным.

Текущий рост количества перевозимых воздушным транспортом пассажиров не связан с увеличением количества новых пассажиров. Рост в основном происходит благодаря увеличению числа поездок, которые совершают одни и те же пассажиры. По оценкам, приводимым ИК «Регион», к числу регулярно летающих пассажиров относится всего 5% населения России.

По уровню авиационной подвижности населения Россия существенно отстает от других стран. Так, в 2014 г. один россиянин в среднем совершил 0,5 перелета. Для сравнения, этот же показатель населения США выше в четыре раза – один американец совершает в среднем в год 2 перелета. В среднем по 2–3 перелета в год совершают граждане Германии, Бельгии, Исландии [42].

Не будет лишним упомянуть, что во внутреннем воздушном сообщении по-прежнему набирает обороты вытеснение региональных и местных перелетов, а также концентрация перевозок через московский авиационный узел. В настоящее время уже три четверти всех внутренних перелетов связаны с московскими аэропортами.

Возвращаясь к авиационной подвижности населения, необходимо констатировать, что она является довольно низкой по причине высокой стоимости авиабилетов (рис. 1.1).

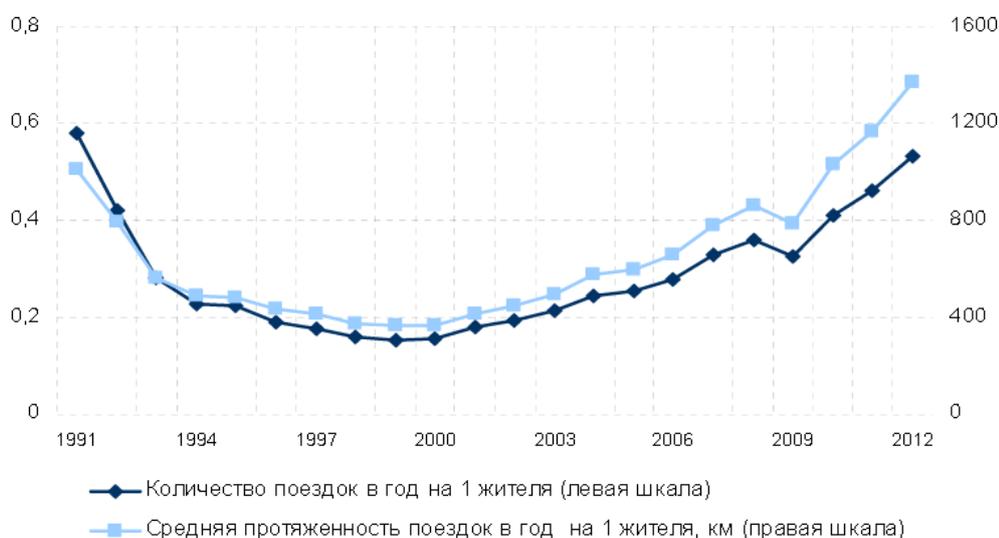


Рис. 1.1. Авиационная подвижность населения России

По данным Росстата, в августе 2014 г. стоимость перелета в салоне экономического класса в расчете на 1000 км пути составила 4 839 рублей. С начала 2011 г. стоимость перелета выросла на 25,4% [50].

Отношение стоимости перелета к размеру заработной платы в августе 2014 г. составило 16,2%. Несмотря на небольшое снижение относительной стоимости перелета (17–18% в 2011–2013 гг.) доступность авиационного вида транспорта для населения остается на критически низком уровне.

Средняя стоимость билета на перелет туда и обратно в пределах РФ составила около 21 300 рублей (по данным на август 2014 г.), что является 73% ежемесячного дохода россиянина. Для сравнения, в США стоимость билета составляет 5–10% от среднего ежемесячного заработка.

В июле 2014 г. Правительство РФ утвердило дорожную карту развития региональных авиаперевозок до 2020 г. Дорожной картой предусмотрено, что к 2015 г. объем перевозок пассажиров по внутренним направлениям увеличится до 45 млн., по региональным – до 6–7 млн. пассажиров. При этом произойдет увеличение региональных линий до 1500 единиц.

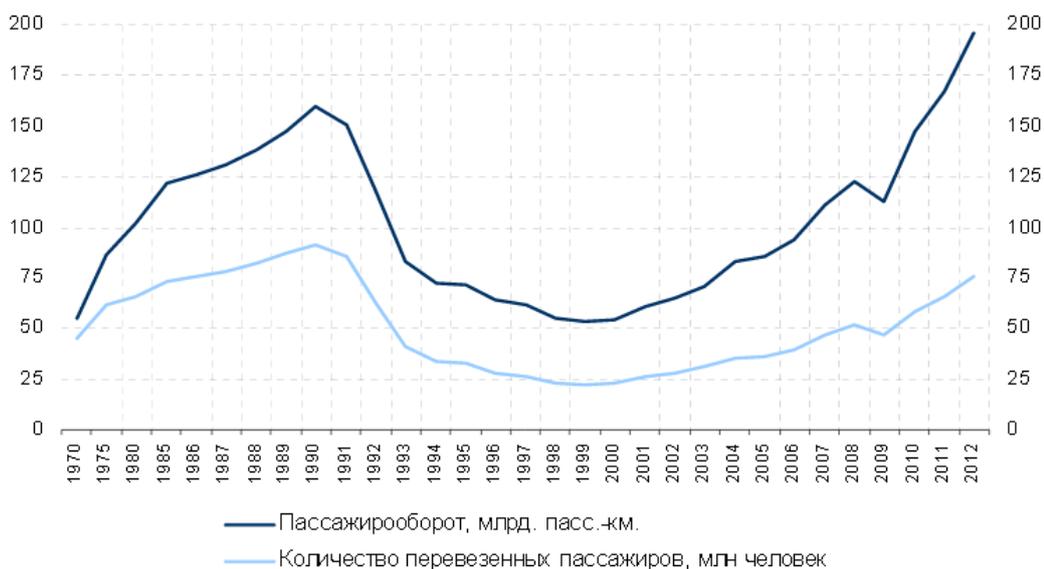


Рис. 1.2. Пассажирооборот и пассажиропоток на воздушном транспорте

Целевыми показателями реализации мероприятий дорожной карты до 2020 г. можно будет назвать следующие.

- коэффициент авиационной подвижности населения России (отношение количества пассажиров, перевезенных российскими авиакомпаниями за год, к численности населения Российской Федерации) составит 1, что соотносится с суммарными отправлениями из аэропортов Российской Федерации в 2020 г. в количестве 138,5 млн. человек;

- количество региональных авиационных связей возрастет до 2000 воздушных линий (рост 70% по сравнению с 2013 г.).

Производственные мощности отрасли, позволяющие удовлетворять летние пиковые нагрузки, являются избыточными в «низком» сезоне – не менее 7 месяцев в году. Односторонний характер сезонной загрузки снижает процент использования предоставленных провозных емкостей до 75-85% даже в периоды наиболее высокого спроса, в соответствии с рисунком 1.3.

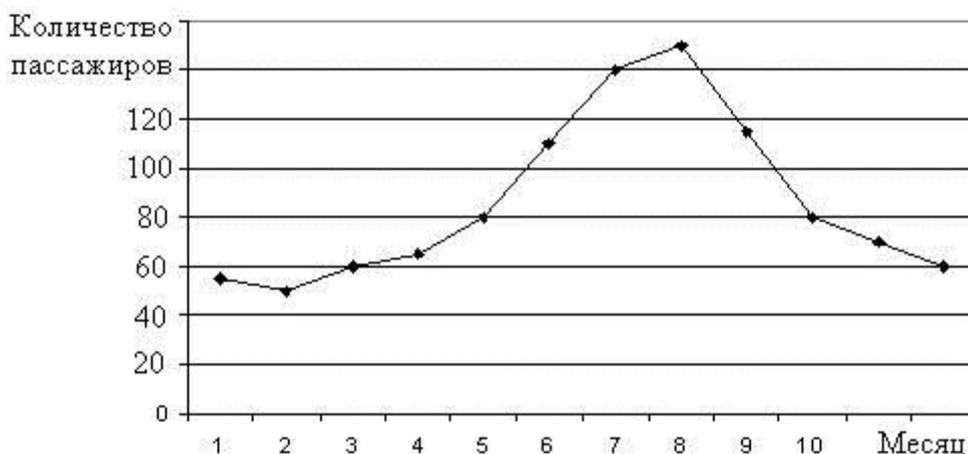


Рис. 1.3. Сезонность характера авиaperевозок в среднем по рынку ГА России

Этот фактор труднопреодолим, и в равной степени воздействует на все авиакомпании мира. Преимущества против этого фактора имеют крупные перевозчики с развитыми маршрутными сетями, способные адаптировать структуру своих авиалиний под сезонные настроения рынка. Влияние этого фактора отчасти компенсируется гибкой, сезонной тарифной политикой, позволяющей максимизировать доходы.

Высокая стоимость авиабилетов на внутренние рейсы является одной

из негативных причин, влияющих на развитие внутреннего туризма России. Поэтому правительство стремится разработать новые методы, с помощью которых станет возможным поправить экономику внутренних перевозок. Министерству финансов и Министерству экономического развития РФ поручено разобраться с текущим ценообразованием на авиарейсы. Одним из инструментов, способным изменить ситуацию является отмена НДС для внутренних авиаперелетов.

Особенностью структуры российского рынка регулярных воздушных перевозок по Российской Федерации, представляющего собой совокупность многочисленных маршрутов, является недостаточность конкуренции на большей части из них.

Так, по данным ФАС России, в общей сети воздушных перевозок одним перевозчиком, прежде всего в региональном и местном сообщении, обслуживается 75 маршрутов, одним или двумя перевозчиками обслуживаются почти 90% маршрутов.

Основной пассажиропоток концентрируется на магистральных направлениях, представленных достаточно высоким числом конкурирующих авиакомпаний с более высокой коммерческой загрузкой воздушных судов.

Однако именно «монопольные» маршруты связаны с сетью социально значимых региональных и местных перевозок, объемы которых восстанавливаются низкими темпами, а сама маршрутная сеть таких перевозок имеет устойчивую тенденцию к свертыванию, что сопровождается выводом из эксплуатации большинства местных аэропортов (аэродромов).

Привлечение новых игроков на рынок, в том числе иностранных авиакомпаний, может стать важным шагом для развития внутренних авиалиний. Однако эксперты придерживаются разных точек зрения в этом вопросе. С одной стороны, иностранные авиаперевозчики смогут поднять рентабельность внутренних рейсов. С другой стороны, для иностранных авиакомпаний в России недостаточно развитая инфраструктура и спрос.

Поддержка государства в вопросах улучшения внутреннего туризма, в

частности внутренних авиаперевозок, очень важна. В первую очередь от государства ждут обновления парка воздушных судов. Финансовое стимулирование деятельности отечественных авиакомпаний также станет дополнительным шагом для улучшения ситуации на внутреннем рынке авиаперевозок, которые в будущем смогут стать более рентабельными.

Если взять последние годы внутренний туризм в России вырос на 8% и составляет порядка 50 миллионов человек, но в тоже время как спрос на выездной туризм в прошедшем году был разным по направленности и вырос на 25% .

Туристический поток из России, в основном, сократился в Египет и ОАЭ. В основном из-за причин – экономический кризис, но так же и политические события играют важную роль. Внутренний туризм в России все больше делается популярным. Экскурсии по России выбрали 30 миллионов человек, и это число увеличивается еще на 3 миллиона человек в год.

Самыми чаще распространенными направлениями считаются – города Золотого кольца. Одними из самых частых туров являются экстремальные туры на Сахалин и на Камчатку. И все чаще внутренний туризм в России в летнее время ожидает наплыв на курорты Краснодарского края [46, с. 12].

Как бы все хорошо, но наша страна уж очень недешевая, и цена качество в больших случаях не соответствует тому, что хочется. Возможно за эти же деньги съездить в Турцию или Эмираты.

Но представители туристского бизнеса утверждают в обратном, что внутренний туризм в России не такой уж и дорогой. Если даже не учитывать в расчет языковой барьер и то что вы имеете загранпаспорт, то услуги и размещение, которые дают наши курорты во много дешевле, чем в Европе средний уровень. Выезжать за границу теперь не модно, потому что люди уже насытились и хотят посмотреть, что им даст внутренний туризм в России.

Такую же тенденцию подтверждают многие директора турфирм, которые говорят, что внутренний туризм в России и за ним будущее. При том они считают конкурентными преимуществами российских курортов – отличное

питание и медицинское обслуживание, в то время как сервис на огромных массовых пляжах, таких как Турции и Египет, желает быть куда лучше.

Российский туризм удобен тем, что на курорты России вполне можно добраться поездом или вообще на своем автомобиле, в отличие от зарубежных курортов. К примеру, поездка из Архангельска в Адлер в плацкартным вагоне обойдется в 2500 рублей, на самолете в 20 тысяч рублей [44].

В основном сдерживает внутренний туризм в России – высокая цена и плохо развитая сеть авиаперевозок внутри нашей страны также отсутствие чартерных рейсов на основные внутри страны направления. Так что, цена полета в эконом-классе до Сочи обойдется в 5 тысячи рублей, а в Кавказские Мин. воды, Ставрополь – около 6-7 тысяч руб. только в одну сторону.

Внутренний туризм в России характеризуется все большими сезонными колебаниями, это зависит не только от влияния климатических условий, но и с низким уровнем развития самого туристского бизнеса.

В перспективе в России планируется создать постоянные курорты работающие круглый год, на территории этих курортов будет можно развивать разные виды туризма. Большое внимание государства и инвесторов, в первой очереди, находятся семь регионов, которые имеют право на создать особые экономические зоны туристического типа: Краснодарский край, Ставропольский край, Калининградская область, Иркутская область а так же Республика Бурятия и также Алтайский край и Алтай.

22% мирового объема авиаперевозок сосредоточено всего на 300 маршрутах. На каждом из них ежегодно перевозится более 1 млн. пасс. Еще 69% всех мировых авиаперевозок сосредоточены на маршрутах с объемом порядка 100 тыс. пасс. в год. Такие данные приводит компания Amadeus по результатам анализа данных программы Amadeus Air Traffic Travel Intelligence [48].

С 2011 по 2013 г. объем мировых пассажирских перевозок увеличился на 5%. Наиболее быстрорастущим и конкурентным рынком авиаперевозок стала Азия. Количество обслуженных пассажиров в этом регионе за год уве-

личилось на 9%; следующим за Азией по темпам роста идет регион Латинской Америки, где пассажиропоток за год вырос на 6%.

Однако несмотря на рост рынка, авиационные перевозки продолжают концентрироваться на определенном количестве направлений. 22% мирового объема авиаперевозок сосредоточено всего на 300 маршрутах, а 1000 наиболее популярных маршрутов обеспечивают 40% всех мировых авиаперевозок. Однако при этом 35% авиаперевозок в Европе и Северной Америке обеспечиваются за счет малоинтенсивных маршрутов с потоками менее 100 тыс. пасс. в год.

Самыми интенсивными по объему пассажирских перевозок стали маршруты внутри Азии – в этом регионе находится семь из десяти всех мировых интенсивных направлений. Наиболее востребованным остается маршрут Чеджу–Сеул (Южная Корея). В список самых интенсивных маршрутов за 2013 г. попали многие направления, отмеченные годом ранее, хотя произошли и некоторые изменения.

Например, маршрут Пекин–Шанхай (Китай) за год переместился с 7-го на 4-е место. А азиатское направление Саппоро–Токио (Япония) уступило второе место южноамериканскому маршруту Рио-де-Жанейро–Сан-Паулу. Новичком в списке десяти самых интенсивных маршрутов стал маршрут Окинава–Токио, который занял 9-е место (табл. 2). В Азии 85% авиаперевозок сосредоточено на интенсивных маршрутах, где перевозится более 100 тыс. пасс. в год.

Содержание нормативных актов отрасли предполагает достаточную прозрачность и некоторую стабильность уровня пассажирских тарифов, так как они обеспечивают возмещение конкретных затрат перевозчиков и формируются на этой основе.

Применяемая система формирования тарифов характеризуется множественностью тарифов и условий их применения, сложной структурой стоимости перевозки (тариф + сборы). Тарифы описываются в специальных терминах и подлежат кодировке, вследствие чего полная тарифная информация

является довольно сложной для пассажиров – потребителей транспортных услуг.

Затраты, составляющие себестоимость воздушной перевозки, определяются технологией ее выполнения. Себестоимость рейса обусловлена уровнем расходов перевозчика в аэропортах вылета и посадки, временем (протяженностью) полета, типом воздушного судна, определяющими уровень эксплуатационных расходов (стоимость авиатоплива, сдельная часть оплаты труда экипажа, расходы на амортизацию и ремонт воздушного судна, аэронавигационные сборы), и прочими производственными и общехозяйственными расходами перевозчика.

Таким образом, затраты на рейс, выполняемый перевозчиком по конкретному маршруту, достаточно стабильны. Но себестоимость перевозки одного пассажира даже конкретным рейсом не имеет никакой стабильности.

Так, себестоимость перевозки одного пассажира определяется себестоимостью авиарейса и объемом коммерческой загрузки этого рейса (количеством пассажиров и багажа). Соответственно, при загрузке конкретного рейса на 30% или на 90% себестоимость перевозки одного пассажира в первом случае будет в 3 раза выше, чем во втором.

В условиях выраженной сезонности авиаперевозок в течение года – о временах года, выходным и праздничным дням, даже по дням недели – спрос на перевозки по конкретным маршрутам и по конкретным категориям потребителей (студенты, пенсионеры, военнослужащие, деловые поездки, поездки на отдых и т.п.) постоянно меняется.

При этом понятно, что если в период снижения спроса увеличить уровень тарифов, чтобы возместить затраты на рейс, то спрос еще более снизится, так как потенциальные потребители имеют ограничения по своим доходам - свой текущий уровень платежеспособного спроса.

Кроме того, при формировании своих тарифов авиаперевозчики должны учитывать уровень тарифов, применяемых на том же маршруте альтернативными перевозчиками, иначе спрос на их рейсы снизится.

Таким образом, конкретный тариф формируется, исходя из уровня текущего платежеспособного спроса потребителей, включая его сезонную, месячную, еженедельную, ежедневную динамику и динамику по отдельным категориям потребителей, который определяет ожидаемый уровень коммерческой загрузки воздушного судна, а также от конкурентоспособности тарифа на основе оценки его соответствия уровню тарифов альтернативных перевозчиков.

Соответственно, конкретный тариф может быть как выше, так и ниже себестоимости перевозки пассажира данного рейса, так как, хотя и является единственным источником возмещения конкретных затрат перевозчика, формируется с учетом иных факторов, обеспечивающих загрузку рейса.

Кроме того, перевозчикам экономически выгодно заблаговременная продажа перевозок, что также может стимулироваться уровнем тарифа. Для оптимизации решения такой сложной работы по формированию тарифов в крупных авиакомпаниях используются специальные программы – автоматизированные системы управления доходами от перевозок.

При этом обычно формируется большое количество разнообразных тарифов: анализируя динамику продаж на каждый конкретный рейс, система в зависимости от текущего спроса регулирует количество мест, доступных по тому или иному тарифу, открывая в случае низкого спроса дешевые тарифы и закрывая их в случае высоких продаж. Таким образом, достигается оптимальный баланс между загрузкой салона и доходами от рейса.

Перевозчики являются коммерческими предприятиями, в условиях свободного самостоятельного ценообразования они проводят гибкую ценовую политику, которая ориентирована на обеспечение положительного конечного результата их деятельности в целом – по итогам года и по всей совокупности сети маршрутов перевозок.

При этом формирование тарифов практически не связано с себестоимостью конкретной перевозки одного конкретного пассажира, а ориентировано на уровень текущего платежеспособного спроса потребителей с учетом

тарифов конкурентов по конкретному маршруту и по всей совокупности сети маршрутов перевозок.

Следует обратить внимание на то, что в СССР стоимость перевозки в купейном вагоне одного пассажира в несколько раз была ниже стоимости перевозки воздушным транспортом. Указанная ситуация свидетельствует о том, что расходы железнодорожного транспорта растут более быстрыми темпами, чем на воздушном транспорте.

Провозная емкость низкотарифных перевозчиков возросла с 1% в 1993 году до 30% в 2010 году. После снятия правительственных ограничений объем воздушных перевозок в новых странах Европейского союза удвоился всего за 2 года. Чем большее количество авиакомпаний работает на конкретном маршруте, тем ниже уровень тарифов и ближе тарифы конкурирующих компаний.

Тарифы на сопоставимых маршрутах (по времени полета, стоимости аэропортовых услуг и топлива и т.д.) напрямую зависят от уровня конкуренции. Конкуренция вынуждает авиакомпании сокращать темпы роста тарифов, а не увеличивать, а на отдельных маршрутах – снижать тарифы, несмотря на инфляцию и значительный рост стоимости авиакеросина.

Снижению тарифов способствует не только конкуренция традиционных авиакомпаний между собой, но и с другими видами транспорта (в первую очередь с железнодорожным). Применение общепринятой во всем мире гибкой тарифной политики позволяет авиакомпаниям поддерживать необходимый уровень конкурентоспособности.

Дифференциация тарифов (бизнес-, эконом-класс и др.) играет положительную роль, так как позволяет авиакомпаниям проводить социальную политику льгот для пенсионеров, молодежи, ветеранов войны и инвалидов за счет бизнесменов и тем самым увеличивать объемы перевозок.

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

В ближайшие годы (2015 – 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 [10].

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 2015 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 [20].

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 те-

чение 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 [22, с. 28].

Согласно проведенному центром «Межведомственный аналитический центр» ретроспективному анализу, еще 20 лет назад авиаперевозки стран СССР составляли 10% от мирового рынка. На сегодняшний день страны СНГ генерируют 3,7% мирового авиационного трафика. В 2011 году в лидеры рынка выбились страны Азиатско-Тихоокеанского региона, которые генерируют 28,6% мирового объема перевозок. На Северную Америку и Европу приходится 27,7 и 25,5% соответственно.

Таблица 1.2

Ведущие авиакомпании мира

Авиакомпания	Страна	Пассажирооборот, млн. пасс/км.	Количество пассажиров млн. чел.	Количество воздушных судов, шт.
Delta Air Lines	США	313 736	164.7	759
United Airlines	США	287 305	90.3	698
Emirates	ОАЭ	215 353	44.5	209
American Airlines	США	206 616	87.0	631
Southwest Airlines	США	168 078	133.2	676
Lufthansa	Германия	153 334	76.3	281
Air France	Франция	136 435	47.8	241
British Airways	Великобритания	131 333	40.0	266
China Southern Airlines	Китай	121 786	71.1	462
China Eastern Airlines	Китай	120 461	79.1	256

Более половины рынка авиаперевозок сконцентрированы в пяти странах: США, Китай, Великобритания, Германия и Объединенные Арабские Эмираты. 80% трафика генерируют 92 крупнейших мировых авиаперевозчика. При этом первые две авиадержавы держат лидирующую позицию за счет преобладающего количества внутренних перевозок. В большинстве же случаев картина обратная.

Суммарный объем авиатранспортной работы к 2030 году, согласно прогнозу, должен составить 13,3 трлн креслокилометров. При этом рост рынка будет происходить одновременно по показателям частоты полетов и вместимости воздушных судов.

Согласно прогнозам экспертов, к 2030 году лидерами рынка авиаперевозок останутся страны Азиатско-Тихоокеанского региона, которые будут выставлять на маршруты 37% кресел. Доли Северной Америки и Европы составят по 20%. Объем выставленных кресел авиакомпаний стран СНГ будет составлять 4% от мирового. Если говорить о показателе перевезенных пассажирокилометров, российская доля составит 6% [40].

К 2030 году в мире сформируется дефицит провозной способности парка. При этом среднегодовой рост дефицита составит 21%. Суммарный спрос на новые самолеты за расчетный период составит 29 тыс. единиц.

При этом 15,6 тыс. единиц связаны с выводом из эксплуатации существующего парка, 13,4 тыс. – ответ на рост объема перевозок. Таким образом, мировой парк воздушных судов должен вырасти в 1,5 раза и составить примерно 34 тыс. самолетов. Две трети потребности будут сформированы классом узкофюзеляжных ВС, вырастет и доля рынка широкофюзеляжных самолетов. Региональные же воздушные суда будут расти за счет старшего класса вместимостью 85-100 мест.

Отметим, что производственная деятельность воздушного транспорта в России в 2015 году осуществлялась под влиянием известных внешнеполитических и внутриэкономических факторов. Тем не менее, количество перевезенных пассажиров на воздушном транспорте в 2015-м году снизилось всего

лишь на 1% - с 93 до 92 миллионов пассажиров.

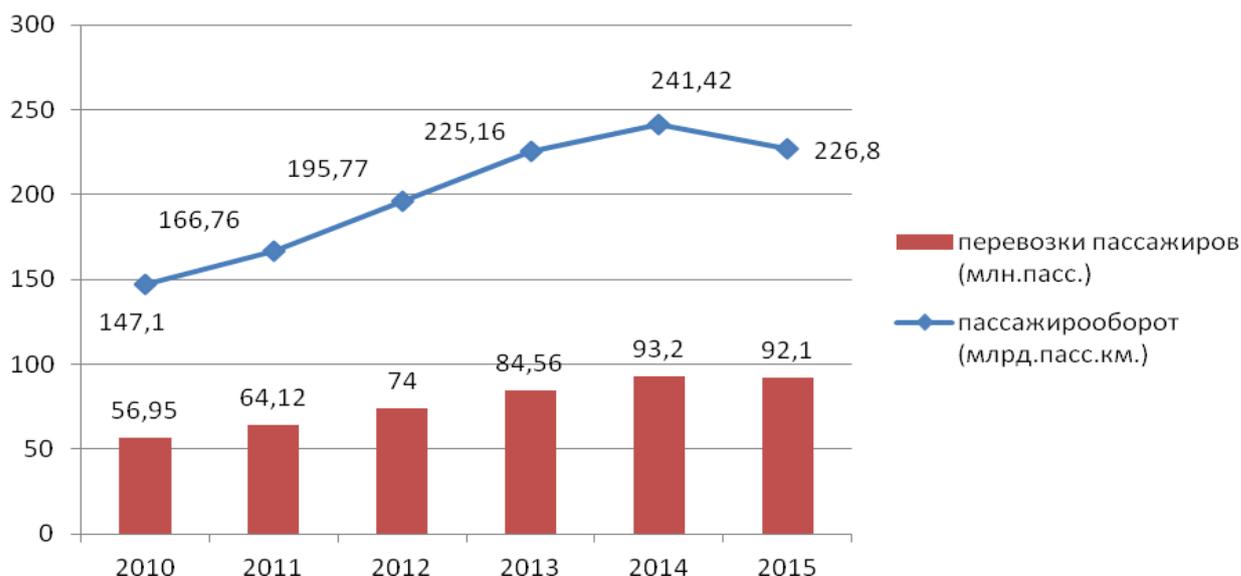


Рис. 1.4. Пассажирооборот и перевозки пассажиров в России в 2015 г.

Воздушный транспорт – это одна из немногих отраслей отечественной экономики, которая в прошедшем году отработала устойчиво, несмотря на утрату трех существенных рынков перевозок. Некоторые аналитики предсказывали, что события, связанные с Украиной, Египтом и Турцией, приведут к катастрофе на российском рынке авиаперевозок. Но этого не случилось, хотя общее число «выпавших» пассажиров составило около восьми миллионов. Основные потери пришлось на международные перевозки, которые сократились почти на четырнадцать процентов.

Однако многие авиакомпании смогли переориентироваться на внутренний рынок, и здесь перевозки выросли более чем на шестнадцать процентов. В итоге общее количество перевезенных пассажиров в 2015 году составило примерно столько же, сколько их было в предыдущем. Так что резервы дальнейшего роста отнюдь не исчерпаны.

В последнее время значительное внимание уделялось именно развитию внутренних воздушных перевозок. В 2015-м году впервые в истории Российской Федерации на внутренних воздушных линиях количество перевезенных пассажиров превысило пассажиропоток на международных направлениях.

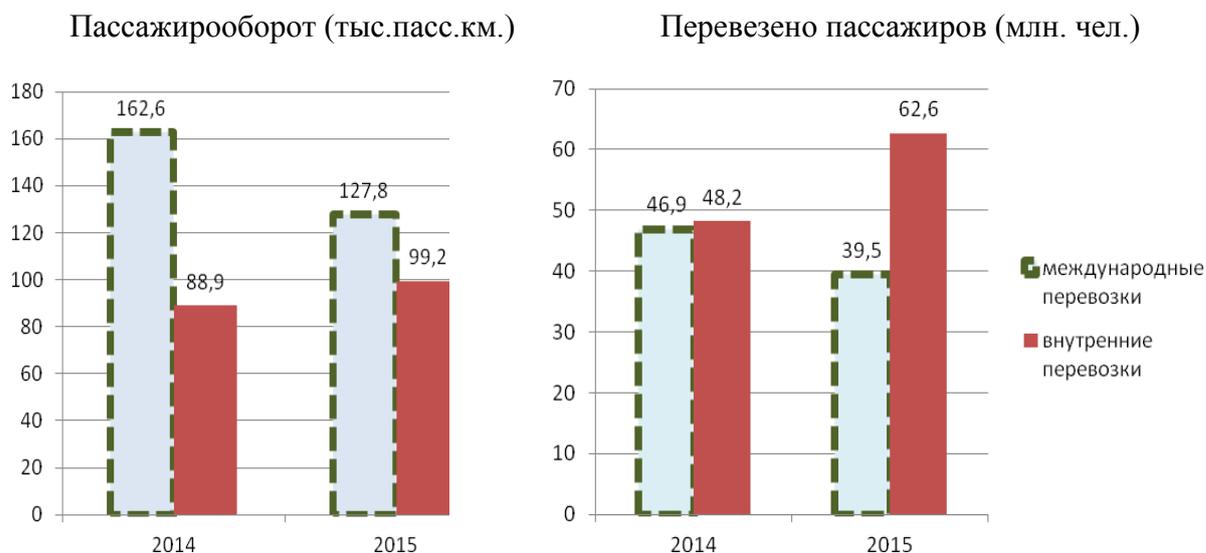


Рис. 1.5. Показатели авиатранспортной отрасли России в 2014-2015 гг.

Анализ структуры рынка авиаперевозок показывает, что в общем объеме пассажирских перевозок:

- первые 35 авиакомпаний перевезли почти 99% пассажиров и обеспечили 99,6% пассажирооборота;
- 15 ведущих авиакомпаний перевезли 87,2% пассажиров и обеспечили 89,3 % пассажирооборота;
- ТОП-5 авиакомпаний перевезли около 62%, обеспечив 65,5% пассажирооборота.

Ведущие авиапредприятия (Аэрофлот, Сибирь, Уральские авиалинии и другие), которые на протяжении многих лет демонстрируют стабильные и высокие показатели, продолжили курс на укрепление своих позиций.

В увязке с вышесказанным следует отметить прекращение операционной деятельности второй по величине компании в Российской Федерации «Трансаэро», несмотря на принятые меры государственной поддержки авиаперевозчика.

Благодаря комплексу чрезвычайных мер органов государственной власти и отраслевых организаций удалось избежать серьезных социальных последствий для более чем двух миллионов пассажиров «Трансаэро», в том числе, на маршрутах, где компания являлась единственным перевозчиком.

Самые неприятные последствия в этой ситуации испытали рядовые сотрудники авиаперевозчика. Без работы остались почти 11 тысяч квалифицированных работников. Очевидно то, что мгновенно их было невозможно трудоустроить в другие организации отрасли. Вместе с тем, «Аэрофлот», как и собирался сделать, открыл более 6 тысяч вакансий в авиакомпаниях своей группы. По мере перевода самолетов «Трансаэро» в парк «Аэрофлота» и компаний его группы будет осуществляться дополнительный прием персонала. Другие организации отрасли также предоставляют возможности для трудоустройства персонала лишившегося сертификата перевозчика. В настоящее время трудоустроено около 4 тыс. сотрудников предприятия. С учетом незначительно изменившегося спроса на авиаперевозки в стране имеется уверенность в том, что проблема с трудоустройством квалифицированного лётного и технического персонала перевозчика будет решена. Эта задача должна оставаться в нашем поле внимания до ее окончательного решения.

Росту пассажиропотока на внутренних линиях содействует реализация 5 программ субсидирования, в рамках которых полеты в 2015 году выполняли 34 авиакомпании по 253 маршрутам. Это программы перевозок из центральной части России на Дальний Восток, в Приволжском федеральном округе, программа региональных перевозок и формирования региональной маршрутной сети, перевозки в Калининград и в Симферополь.

В 2015 году перевезено более 1,5 млн. пассажиров. Сумма освоенных субсидий, выделенных из федерального бюджета на реализацию данных программ, составила почти 8,2 млрд. руб.

Дополнительная мера для развития внутренних перевозок – это снижение НДС с 18 до 10%. В Правительство Российской Федерации внесены предложения по обнулению ставки НДС, что позволит обеспечить большую финансовую устойчивость авиакомпаний.

Помимо этого дополнительно развивается субсидирование внутреннего туризма с использованием воздушного транспорта. В эту работу на принципах софинансирования должны быть активно включены субъекты федерации.

К сожалению, отмечу, что некоторые регионы, участвующие в действующих программах субсидирования на основе софинансирования, не выполняют своих обязательств и не выплачивают субсидии авиакомпаниям.

Следует согласиться с предложениями о необходимости совершенствования маршрутной сети, на которую предоставляется субсидирование. Тем не менее, именно применение механизмов субсидирования в сочетании с другими мерами государственной поддержки в значительной мере обеспечило рост региональных перевозок над международными, а также развитие местных перевозок

Для того, чтобы не потерять перевозки в местном воздушном сообщении, особенно на Крайнем Севере и Дальнем Востоке, продолжается реализация программы по созданию федеральных казённых предприятий, субсидируемых из федерального бюджета. В настоящее время создано семь федеральных казённых предприятий, которые объединяют 66 местных аэропортов и 15 посадочных площадок.

Функционирование федеральных казённых предприятий позволяет поддерживать в эксплуатационном состоянии аэропорты с низкой интенсивностью полётов. На их содержание в федеральном бюджете выделено 3,4 млрд. рублей.

Количество пассажиров, обслуживаемых российскими аэропортами, увеличилось с 126,7 в 2012 году до 159,3 млн. человек в 2015 году, превысив показатели 2014 года на 1,5 млн. человек. В структуре этого показателя почти на 17 % снизилось количество обслуженных пассажиров на международных линиях при росте на 13,4% обслуживания на внутренних маршрутах.

Росавиацией осуществлялось финансирование мероприятий по реконструкции (строительству) аэродромной инфраструктуры аэропортов в рамках реализации ФЦП «Развитие транспортной системы России (2010-2020 годы)» и «Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2018 года».

До воссоединения Крыма с Россией аэропорт города Симферополя как

бы застыл на уровне 1991 года. С той поры и вплоть до 2013 года количество пассажиров, которые ежегодно обслуживались в аэропорту, не превышало 1,2 миллиона человек. Сам аэропорт нуждался в серьезной модернизации.

Положение коренным образом изменилось после 2014 года. Модернизация аэропорта началась с реконструкции рулежной дорожки, что позволило в три раза увеличить пропускную способность аэродрома. Затем были выполнены работы по строительству навесов-накопителей терминалов и дополнительных выходов пассажиров на посадку. К летнему периоду 2015 года аэропорт ввел в эксплуатацию новые площади, предназначенные для обслуживания пассажиров. В рамках модернизации и совершенствования инфраструктуры для управления воздушным движением в аэропорту установлена автоматизированная система «Галактика».

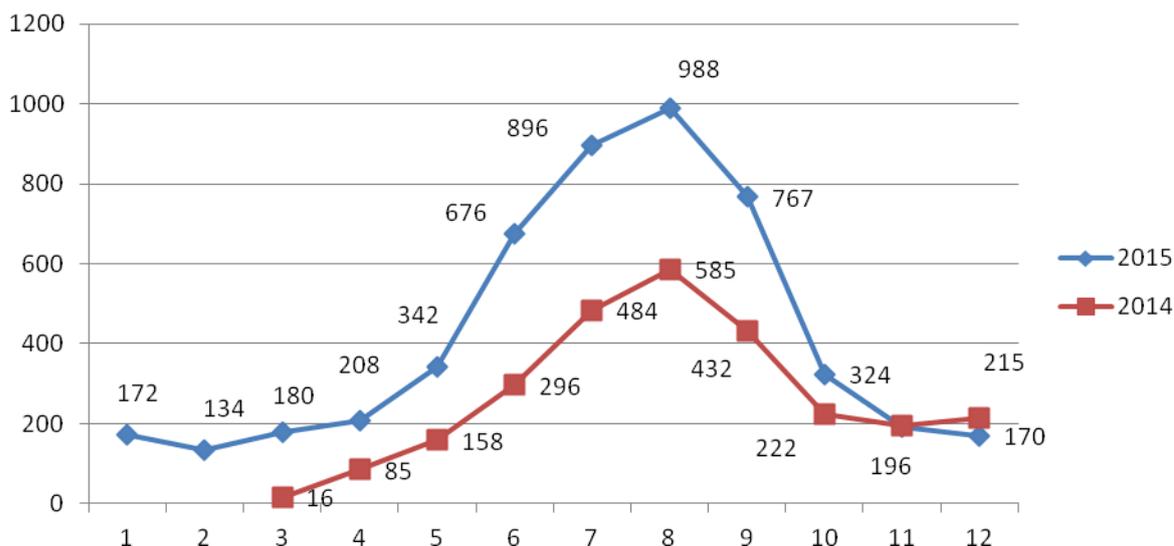


Рис. 1.6. Авиационные перевозки в Республику Крым по месяцам в 2014-2015 гг., тыс. чел.

Все это позволило уже в 2014 году обслужить в аэропорту 2,8 миллиона пассажиров. В Симферополь стали выполнять регулярные полеты многие российские авиакомпании. Они связали столицу Крымского федерального округа с 52 городами России. По итогам 2015 года количество пассажиров, прошедших через аэропорт Симферополя, превысило 5 млн. человек.

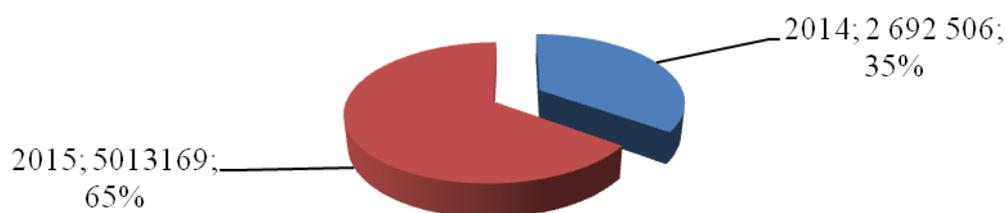


Рис. 1.7. Авиационные перевозки в Симферополь в 2014-2015 гг., пасс.

В планах и задачах на текущий год и ближайшую перспективу проектирование, строительство нового аэровокзального комплекса и реконструкция аэродрома. Также предстоит работа по формированию гражданского сектора на аэродроме Бельбек в Севастополе и наращивание оборудования аэронавигационной системы в Крыму.

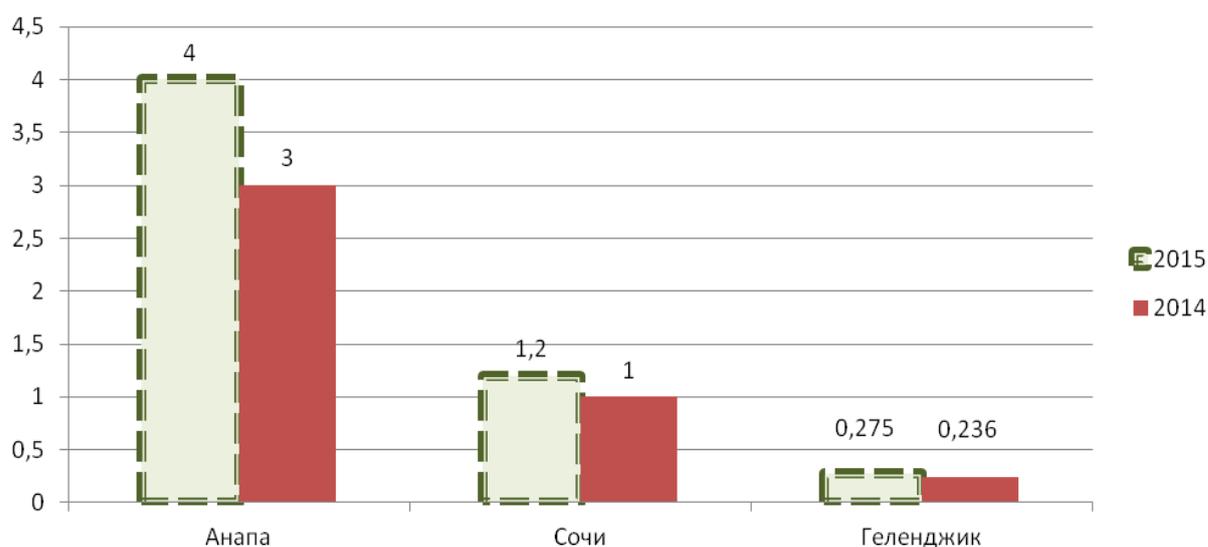


Рис. 1.8. Авиационные перевозки на курорты Краснодарского края

Развитие внутренних перевозок связано не только с аэропортовой инфраструктурой, но и с совершенствованием Единой системы организации воздушного движения. В гражданской авиации реализуется ФЦП «Модернизации Единой системы организации воздушного движения до 2020 года». Важнейшим мероприятием по реализации этой программы является созда-

ние 14 укрупненных центров. В настоящее время построены, введены в эксплуатацию и успешно функционируют укрупненные центры в Хабаровске, Самаре, Магадане Иркутске, в Калининграде, Ростове-на-Дону. Идет монтаж оборудования в Красноярске. Началось и продолжается строительство центров в Тюмени и Санкт-Петербурге, в Новосибирске. В кратчайшие сроки полностью переоснащен Симферопольский центр управления воздушным движением. Во всех укрупненных центрах фактически проведена замена систем связи, навигации и наблюдения. Комплекс этих работ позволяет существенно нарастить объем покрытия радиолокационным наблюдением и радиосвязью над территорией России.

В 2015 году при перевозке пассажиров, грузов, а также при выполнении авиационных работ в коммерческой гражданской авиации произошло 12 авиационных происшествий, в том числе 5 катастроф, в которых погибло 27 человек. С воздушными судами авиации общего назначения произошло 29 авиационных происшествий, в том числе 15 катастроф с гибелью 33 человек.

В комплексе мер по обеспечению безопасности полетов на первом месте должны находиться требовательность, принципиальность и объективность оценок соответствия стандартам безопасности при выполнении сертификационных работ в области субъектов и объектов деятельности гражданской авиации.

Росавиация участвовала в течение года в аудиторских мероприятиях, совещаниях и рабочих группах в сфере безопасности полетов под эгидой Международной организации гражданской авиации ИКАО. Проводились плановые консультации с Комиссией Евросоюза и Европейским агентством по безопасности полетов по устранению замечаний по рамповым проверкам SAFA российских авиакомпаний в аэропортах Европы. Проблем, грозящих попаданием российских авиакомпаний в «черные списки» ЕС, не отмечено.

Такое сотрудничество осуществлялось бы еще эффективнее при создании в Росавиации национального «института» инспекторов по безопасности

полетов, аналогичного SAFA. Это позволило бы более тщательно контролировать подготовку российских авиаперевозчиков к выполнению полетов в зарубежные аэропорты, а также применять адекватные механизмы контроля за иностранными авиакомпаниями, выполняющими полеты в Россию и участвующими в перевозке российских граждан.

Прошлый год был омрачен двумя чрезвычайными происшествиями – террористическими актами, совершенными с самолётом А-321 авиакомпании Когалымавиа над Синайским полуостровом и с членами экипажа авиакомпании Волга-Днепр в Мали.

До этих случаев службы транспортной безопасности никогда не занимались вопросами профилактики террористических угроз за рубежом, так как соответствии с международными договорами защита воздушных судов и пассажиров относилась к обязанностям стран пребывания. Но трагедии в Египте и Мали заставляют пересмотреть концепцию обеспечения транспортной безопасности и заняться этими вопросами в зарубежных аэропортах. В настоящее время принимаются меры по усилению авиационной безопасности не только в Египте и Турции, но и аэропортах других государств..

По инновационному сценарию развития российской экономики прогнозируется увеличение объемов авиаперевозок в ближайшие 20 лет со среднегодовыми темпами 6,3-7,8%. По итогам января 2015 года на 0,2% увеличился процент занятости пассажирских кресел у лидера рейтинга авиакомпании «Аэрофлот – российские авиалинии», до уровня 73,4%.

2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «ПЕЛАРГОС»

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «ПЕЛАРГОС» является юридическим лицом и организует свою деятельность на основании Устава и действующего законодательства Российской Федерации. Адрес туристического агентства: г. Белгород, ул. Преображенская, д. 42, офис 323.

Телефон: (4722) 77-01-30,

ООО «ПЕЛАРГОС» работает на рынке туристских услуг города Белгороде с декабря 2008 года.

Полное фирменное наименование: Общество с ограниченной ответственностью «ПЕЛАРГОС». Общество имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права, быть истцом и ответчиком в суде.

ООО «ПЕЛАРГОС» имеет самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в банках, круглую печать со своим наименованием и указанием места нахождения, угловой штамп и бланки со своим фирменным наименованием, а также другие средства индивидуализации.

Целью создания ООО «ПЕЛАРГОС» является извлечение прибыли путем предоставления различным сегментам рынка туристических услуг. Общество создано, для предоставления туристических услуг без ограничения срока. Основной миссией предприятия является удовлетворение потребностей клиента в области туристических услуг.

К основным приоритетам деятельности туристической фирмы можно отнести:

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

Основная деятельность туристической фирмы – выездной и внутренний туризм.

В структуре туристических услуг фирмы различают основные и дополнительные услуги. К основным услугам туристической фирмы относятся: услуги по организации перевозки туристов, услуги размещения, а также их питания. К дополнительным услугам ООО «ПЕЛАРГОС» относятся: услуги по страхованию туристов, услуги перевозки туриста от места его пребывания в страну до места размещения и обратно (трансфер), визовая поддержка туристов, бронирование авиа и железнодорожных билетов и отелей.

Организационная структура управления представляет собой внутреннее строение любой производственно-хозяйственной системы, то есть способ организации элементов в систему, совокупность устойчивых связей и отношений между ними. Большое количество функциональных связей и возможных способов их распределения между подразделениями и работниками определяет разнообразие возможных видов организационных структурах управления предприятием.

Организационная структура управления ООО «ПЕЛАРГОС» – линейно-функциональная.

При линейно-функциональной организационной структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив. При разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ и планов ему помогает специальный аппарат, состоящий из функциональных подразделений организации (управлений, отделов, бюро и т.д.). Линейно-функциональная структура имеет как свои положительные моменты, так и недостатки [8, с. 12].

Основными достоинствами линейно-функциональной структуры можно считать:

- лучшую подготовку решений и планов, связанных со специализацией работников;
- освобождение главного линейного менеджера от детального анализа

проблем.

В качестве недостатков этого вида организационной структуры управления можно назвать:

- отсутствие тесных взаимосвязей, взаимодействия и координирования на горизонтальном уровне между производственными отделениями предприятия;

- недостаточно четкая ответственность персонала предприятия, так как работник готовящий решение обычно не участвует в реализации этого решения;

- чрезмерно развитая система связей по вертикали, что означает тенденцию деятельности предприятия к чрезмерной централизации своей работы.

При имеющемся спросе на какой-либо тур, клиента информируют о ценах, условиях проживания, особенностях страны, дают информацию об отелях, предоставляют клиенту буклеты. Эту работу выполняет менеджер по продаже или директор, в зависимости от направления, туриста также знакомят с правилами предоставления услуг. Далее при клиенте делается заявка тур оператору для получения информации о наличии мест на данный тур. Клиент должен оплатить выбранное им путешествие.

Директор или менеджер, каждый по своему направлению посылает оператору заявку на бронирование и в течение 3 дневного срока получает подтверждение тура. Деньги за тур отправляются оператору после подтверждения тура, по цене, представленной в прайс-листе, за минусом процента комиссионных.

Директор фирмы – является главой туристической фирмы. В его обязанности входят: разработка стратегии и тактики фирмы, маркетинговые исследования, взаимодействие с партнерами, планирование рекламной компании, формирование имиджа фирмы, деловая переписка.

К основным обязанностям бухгалтера относятся: разработка финансовой стратегии фирмы, составление финансовых планов, обеспечение финан-

совой деятельности фирмы, подготовка финансовых отчетов и своевременное информирование руководства о финансовых результатах деятельности фирмы, проводит экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации по данным бухгалтерского учета.

Менеджер по работе с клиентами – работает непосредственно с клиентами, разъясняет условия тур обслуживания, предоставляет полную информацию о туре, дает информацию о необходимых формальностях и особенностях страны пребывания. Заключает с клиентом договор, по которому подписывает и предлагает клиентам туры, согласно их пожеланиям, рассчитывает стоимость тура для клиента и выдает счета на предоплату.

Важным элементом обслуживания клиента в туристической фирме является документальное оформление взаимоотношений. При этом документы могут делиться на три группы:

- документы для заказа (заказ, лист бронирования, подтверждение бронирования);
- документы для клиента (договор, путевка, ваучер, памятка, страховой полис, билет на транспорт);
- документы, подтверждающие личность туриста (паспорт, доверенность на детей и т.п.).

В качестве информационного обеспечения своей деятельности туристическая фирма использует программное обеспечение Microsoft Office, а также программу 1С.

Перечень документов применительно к конкретному туру зависит от множества факторов и должен соответствовать нормативно-правовым документам РФ и страны пребывания.

Заявка туриста (группы туристов) на бронирование тура оформляется на специальном бланке. Заявка содержит сведения о намерении приобрести те или иные туристические услуги.

Согласно закону «Об основах туристской деятельности в РФ» реализация туристского продукта осуществляется на основании договора. Договор

заключается в письменной форме и должен соответствовать законодательству Российской Федерации.

К условиям договора относятся:

- информация о туристической фирме, включая лицензионные данные на осуществление туристской деятельности, его юридический адрес и банковские реквизиты;

- сведения о туристе в объеме, необходимом для реализации туристического продукта;

- достоверная информация о потребительских свойствах туристического продукта включая информацию о программе пребывания и маршруте путешествия, об условиях безопасности туристов;

- дата и время начала и окончания путешествия;

- порядок встречи, проводов и сопровождения туриста;

- права, обязанности и ответственность сторон;

- розничная цена туристического продукта и порядок его оплаты туристом.

Таким образом, организационная структура и работа на предприятии направлена на лучшее использование ресурсов с целью получения наибольшей прибыли и повышения качества обслуживания.

ООО «ПЕЛАРГОС» 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.

Организация реализует туры, предоставленные её туроператорами по направлениям: Турция, Египет, Тунис, Греция, Индия, Таиланд, ОАЭ, Китай и Испания, Италия и т.д. Также туристическая фирма предлагает своим клиентам круизный отдых. Это морские и речные круизы на лайнерах и теплоходах, а также экспедиционные круизы. В качестве средства продвижения своих услуг туристическая фирма использует такой метод как «сарафанное радио».

Туристическая фирма ООО «ПЕЛАРГОС» имеет собственный логотип, рекламную вывеску, а в качестве наружной рекламы использует штендер.

Планирование является частью управления, которая заключается в разработке, а также практическом осуществлении планов, определяющих будущее состояние экономической системы, путей, способов и средств его достижения. Основные управленческие, экономические, социальные и организационные функции предприятия должны быть тесно связаны в процессе планирования и широко отражаться как в краткосрочных, так и в долгосрочных планах.

В ООО «ПЕЛАРГОС» используются краткосрочные планы или текущие (на срок до одного года) и оперативные (менее одного года). Краткосрочный план на год включает в себя план сбыта, планирование прибыли предприятия и т.д. Данную ситуацию можно объяснить тем, что предприятие имеет маленькие масштабы и небольшое число обслуживающего персонала, что характерно для туристской деятельности и в частности для работы туристических агентств.

Процесс планирования в ООО «ПЕЛАРГОС» можно разделить на несколько этапов:

а) процесс составления планов, или непосредственный процесс планирования. При этом подразумевается, что основные финансовые показатели организации будут в ближайший период оставаться в том же положении, что и раньше;

б) деятельность по осуществлению плановых решений;

в) контроль результатов – обязательное условие процесса планирования. Функцию контроля выполняет директор фирмы. На этом этапе происходит сравнение реальных результатов с плановыми показателями, а также создание предпосылок для корректировки действий предприятия в нужном направлении деятельности.

В дальнейшем ООО «ПЕЛАРГОС» планирует развитие новых направлений и расширения ассортимента предоставляемых услуг сфере туристиче-

ского бизнеса. Экономические показатели представляют один из самых распространенных и эффективных инструментариев описания деятельности предприятия, а также её будущего состояния. В наиболее обобщенном виде экономический показатель включает наименование, числовое значение и единицу измерения.

Система экономических показателей – совокупность взаимосвязанных, систематизированных показателей, характеризующих экономику в целом, ее отрасль, сферу экономической деятельности, группу однородных экономических процессов. Для анализа деятельности ООО «ПЕЛАРГОС» рассмотрим ее основные показатели, указанные в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Динамика основных показателей деятельности
ООО «ПЕЛАРГОС» за 2013-2015 гг.

Показатель	Годы			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013
Выручка от реализации работ, услуг	15204,4	16120,4	16765,5	106	104	110
Себестоимость работ, услуг	13203,20	13907,70	13966,40	105	100	106
Валовая прибыль	2001,20	2212,70	2799,10	111	127	140
Прибыль от реализации	1842,00	2035,10	2589,90	110	127	141
Чистая прибыль	1329,44	1460,40	1881,68	110	129	142
Оборотные средства	1258,40	1230,30	1509,30	98	123	120
Внеоборотные активы	3225,00	3167,00	3188,00	98	101	99
Среднегодовая стоимость основных средств	2950,00	2923,00	2799,00	99	96	95
Дебиторская задолженность	16,80	17,20	32,50	102	189	193
Кредиторская задолженность	135,00	146,70	151,60	109	103	112
Денежные средства	1020,00	970,00	1176,40	95	121	115
Фондоотдача, руб. / руб.	5,15	5,57	5,15	100	100	100
Фондоёмкость, руб. / руб.	0,19	0,18	0,17	92	93	86

На основании выполненного расчета можно сделать вывод о том, что рост доходов за 2013-2015 гг. можно объяснить увеличением количества проданных туристических продуктов, количества оказанных услуг фирмой, а также освоением новых направлений.

Выручка от продаж в 2014 г. по соотношению к 2013 г. увеличилась на

916 тыс. рублей, а в 2015 г. по сравнению с 2014 г. данный показатель также увеличился на 645,1 тыс. рублей. Согласно данному анализу можно отметить, что доходы имеют тенденцию к увеличению. Это обусловлено спросом предоставляемых на рынке туристических услуг, их качеством и конкурентоспособностью. Наблюдается увеличение себестоимости предоставляемых предприятием туристических услуг. Рост себестоимости за анализируемый период повлек за собой рост цен на предоставляемые услуги. Себестоимость предоставляемых туристических услуг в 2014 году по отношению к 2013 году увеличилась на 704,5 тыс. руб., а в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 58,7 тыс. рублей. Прибыль от продаж на протяжении трех лет повышалась, и это говорит о правильной деятельности предприятия, о ее конкурентоспособности на рынке.

Также произошло увеличение чистой прибыли в 2015 году, данный показатель был равен 2 589,9 тыс. руб., что на 27% превышает показатель в 2014 году. Увеличение чистой прибыли свидетельствует о растущей рентабельности предприятия, а значит связано с увеличением выручки от продаж туристических услуг. Коммерческие расходы 2013 и 2015 году находились на одном уровне, но в 2014 году произошло увеличение на 21%. Управленческие расходы также были увеличены и в 2015 году и составили 101,6 тыс. руб. Увеличение показателей говорит о росте реализации туристического продукта. Показатель фондоотдачи в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился на 0,41 и составил 5,15. Это показывает, что на каждый рубль основных средств приходится 5,15 рубля выручки. Рост фондоотдачи ведет к экономии основных фондов. Показатель фондоемкости в свою очередь к 2015 году, понизился.

Таким образом, была рассмотрена организационно-экономическая структура предприятия. В анализируемом периоде организация имела достаточно хорошие показатели выручки, прибыли от продаж и чистой прибыли, увеличение данных показателей во времени свидетельствует о финансовом развитии туристической фирмы и ее повышающемся уровне дохода.

2.2. Анализ финансовых показателей деятельности предприятия

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия позволяет определить наиболее рациональные способы использования ресурсов и сформировать структуру средств предприятия. Финансово-хозяйственное состояние компании – это способность компании финансировать свою деятельность. Финансовое состояние организации характеризуется её обеспеченностью финансовыми ресурсами, целесообразностью их размещения, эффективностью их использования, а также платежеспособностью и финансовой устойчивостью [60].

Отчетность предприятия – это система показателей, характеризующая результаты и отражающая условия ее работы за истекший период [56, с. 31]. Информационной базой для проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия служит бухгалтерская отчетность ООО «ПЕЛАР-ГОС».

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.

Решение задач финансово-экономического анализа складываются из:

- основных факторов, вызывающих изменения в финансово-экономическом состоянии;
- идентификации финансово-экономического положения на предприятии;
- анализа платежеспособности предприятия и оценки ликвидности её баланса;
- оценки относительных и абсолютных показателей финансовой устойчивости предприятия [51, с. 58].

В экономическом анализе существует система показателей рентабельности, которые условно можно разделить на две группы: показатели рента-

бельности деятельности организации и показатели рентабельности использования различных активов. Показатель рентабельности отражает, какая сумма прибыли получена предприятием на каждый рубль активов, капитала, доходов, расходов и т.д. Анализ основных показателей рентабельности деятельности за 2013-2015 гг. в ООО «ПЕЛАРГОС» указан в таблице 2.2.

Коэффициент рентабельности активов используется для оценки прибыльности и доходности предприятия. На протяжении трех лет данный показатель увеличивался. В 2015 году составил 1,20, что на 32% больше чем в 2014. Это значит, что произошло увеличение прибыли на каждый рубль, вложенный в имущество организации. Это показывает, что предприятие эффективно использует свое имущество и правильно вкладывает свои денежные средства.

Рентабельность собственного капитала показывает величину прибыли, которая была получена от реализации продукции предприятием. Показатель имел самое высокое значение в 2015 году – 0,40. Это показывает, что он имеет тенденцию к увеличению, что положительно влияет на деятельность туристической фирмы.

Таблица 2.2

Анализ коэффициентов рентабельности деятельности
ООО «ПЕЛАРГОС» за 2013-2015 гг.

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013
Рентабельность производства	0,15	0,16	0,20	0,01	0,04	0,05	105	126	132
Рентабельность продаж	0,12	0,13	0,15	0,01	0,03	0,03	104	122	128
Рентабельность основного капитала	0,30	0,33	0,40	0,04	0,07	0,10	112	121	135
Рентабельность собственного капитала	0,31	0,35	0,43	0,05	0,07	0,12	115	121	139
Чистая рентабельность	0,11	0,11	0,14	0,00	0,03	0,03	104	124	128

Рентабельность заемного капитала предприятия в 2015 и 2014 гг. составила 1,58 и 1,6 соответственно, что по сравнению с 2013 г. в котором показатель был равен 1,11, произошло повышение показателя. Увеличение заемного капитала организации соответственно повышает и рентабельность собственного капитала.

Рентабельность расходов по обычным видам деятельности находилась на одном уровне, это значит, что организация получила практически одинаковое количество прибыли с каждого рубля затрат на продажу услуг и их производство [41, с. 23].

Валовая рентабельность в туристической фирме уменьшилась к 2015 году, показатель валовой рентабельности характеризует долю валовой прибыли в выручке.

Задачей анализа финансовой устойчивости является оценка величины и структуры активов и пассивов. Показатели, которые характеризуют независимость по каждому элементу активов и по имуществу в целом, дают возможность измерить, достаточно ли устойчива анализируемая организация в финансовом отношении [36, с. 112].

Анализ показателей коэффициентов финансовой устойчивости деятельности ООО «ПЕЛАРГОС» показан в таблице 2.3.

Показатель коэффициента финансирования в 2014 году составлял 0,749 и это на 0,092 больше чем в 2013. В 2015 году данный коэффициент увеличился до 0,874. Это значит, что коэффициент приближался к нормативному значению, который составляет 1. Если величина коэффициента меньше 1, значит, что большая часть имущества предприятия состоит из заемных средств, это может свидетельствовать об опасности неплатежеспособности и затруднить получение кредита в будущем.

Коэффициент финансовой независимости имел самое больше значение в 2015 году, и составил 0,506. Нормативное значение для этого показателя равно составляет 0,6.

Анализ коэффициентов, характеризующих уровень финансовой
устойчивости ООО «ПЕЛАРГОС» за 2013-2015 гг.

Показатель	2013	2014	2015	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение	
				2014 г. / 2013 г.	2015 г. / 2014 г.	2014 г. / 2013 г.	2015 г. / 2014 г.
Коэффициент финансирования	0,657	0,749	0,874	0,092	0,125	114,003	116,689
Коэффициент автономии	0,387	0,405	0,387	0,018	-0,018	104,651	95,556
Коэффициент финансовой зависимости	0,501	0,563	0,638	0,062	0,075	112,375	113,321
Коэффициент финансовой устойчивости	0,421	0,456	0,387	0,035	-0,069	108,314	84,868
Коэффициент маневренности собств. капитала	-0,343	-0,152	-0,460	0,191	-0,308	44,315	302,632
Коэффициент постоянного актива	1,451	1,116	1,465	-0,335	0,349	76,912	131,272
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами	-0,387	-0,164	-0,382	0,223	-0,218	42,377	232,927
Коэффициент обеспеченности запасов собств. оборотными средствами	-148,0	-46,0	-141,0	102,000	-95,000	31,081	306,522
Коэффициент собств. об. средств в совокупных активах	-0,144	-0,068	-0,160	0,076	-0,092	47,222	235,294
Коэффициент инвестирования	0,717	0,816	0,598	0,099	-0,218	113,808	73,284

Чем выше данный коэффициент, тем меньше риск потери инвестиций и кредитов для инвесторов и кредиторов. Владельцы компании наоборот предпочитают более низкую долю собственного капитала с целью получения большей выгоды. В зависимости от отрасли и структуры капитала нормативное значение коэффициента финансовой независимости может меняться [39, с. 67].

Коэффициент финансовой зависимости на протяжении трех лет был в оптимальном значении от 0,5 до 0,7. Коэффициент финансового рычага показывает, сколько организация привлекла заемных средств на 1 руб. собствен-

ных. Норматив должен быть не более 1 [13, с. 48]. На протяжении рассматриваемого периода коэффициент не соответствовал нормативу.

Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами в рассматриваемом периоде не соответствовал нормативному значению и показывал отрицательную динамику. Это значит, что у предприятия нет собственных оборотных средств.

Коэффициент обеспеченности запасов собственных оборотных средств, также показывает отрицательное значение, это значит, что возможно часть внеоборотных активов сформировано за счет заемных источников, что может отрицательно сказаться на будущей деятельности предприятия [27, с. 44].

Коэффициент инвестирования в рассматриваемом периоде был меньше нормативного значения, это говорит о том, что капитал финансируется за счет заемных средств.

Анализ деловой активности предприятия заключается в исследовании уровней и динамики показателей оборачиваемости. Данный анализ представлен в таблице 2.4.

Таблица 2.4

Анализ коэффициентов деловой активности ООО «ПЕЛАРГОС» за 2013-2015 гг.

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013
Общая оборачиваемость капитала, обор.	3,39	3,67	3,57	0,27	-0,10	0,18	108	97	105
Оборачиваемость материальных оборотных активов, обор.	75,97	68,31	50,08	-7,66	-18,23	-25,89	90	73	66
Оборачиваемость кредиторской задолженности, обор.	97,80	94,80	92,13	-3,00	-2,68	-5,67	97	97	94
Оборачиваемость собственного капитала, обор.	3,50	3,89	3,80	0,39	-0,09	0,30	111	98	109

Коэффициент оборачиваемости активов к 2015 году повысился и составил 3,57. Данный показатель говорит об эффективности, с которым предприятие использует свои ресурсы. Увеличение коэффициента оборачиваемости активов в 2015 году, говорит о положительном влиянии на деловую активность предприятия.

Коэффициент оборачиваемости собственных средств показывает, сколько оборотов необходимо для оплаты счетов. В 2013 году показатель имел низкое значение, это значит, что необходимо вложение собственных средств в другой источник доходов. В дальнейшем показатель имел тенденцию к увеличению. Коэффициент оборачиваемости текущих активов показывает, сколько денежных средств реализованных услуг туристской фирмы принесла каждая денежная единица активов.

Показатель составил 50,08 в 2015 году, в течение в дальнейшем сохранилась его положительная динамика, это говорит об улучшении финансового положения предприятия.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности также имеет тенденцию к увеличению. Чем выше данный показатель, тем быстрее компания может рассчитываться со своими поставщиками [5, с. 42].

Таким образом, многие коэффициенты за период 2013-2015 гг. значительно меньше нормативных значений, но в 2015 году наблюдается положительная тенденция к увеличению всех коэффициентов рентабельности. Также, в туристской фирме ООО «ПЕЛАРГОС» достаточно низкий показатель коэффициента финансовой устойчивости и это низкое значение показателя говорит и о том, что в ООО «ПЕЛАРГОС» слишком много привлеченного капитала, то есть финансовое положение не устойчиво. Также, в организации произошло уменьшение коэффициента оборачиваемости активов, по сравнению с 2013 годом, это может говорить об отрицательном влиянии на деловую активность предприятия.

2.3. Оценка структуры услуг и потребителей предприятия

Анализ реализованных туристских поездок жителям Белгородской области показывает, что традиционно преобладают путешествия за рубеж (страны Европы, Азии, Северная Африка). По России предпочитают путешествовать 24% туристов, в то время как за границу отправляются 76%.

Но данная картина в 2015 году начала меняться, и тенденция развития внутреннего туризма продолжится и в 2015 году. Рост внутреннего туризма в России, по оценкам специалистов, составил от 30 до 40%

По данным специалистов, сильнее всего сократился выезд россиян на отдых в Европу и некоторые азиатские страны. При этом до сих пор остаются востребованными поездки россиян в Грецию, на Кипр, Испанию, Индию, Таиланд, Вьетнам.

Отметим, что Крым и другие российские туристические регионы должны конкурировать с выездным туризмом, создавая достойный туристический продукт на высоком международном уровне. В этой связи первоочередная задача отрасли туризма – повысить уровень оказываемых услуг на курортах России.

Падение спроса на выездной туризм в России по итогам 2015 года составит 40-50% по сравнению с прошлым годом.

Основные факторы, повлиявшие на падение – экономическая ситуация в стране, снижение покупательской способности туристов из-за падения рубля, снижение доверия к рынку, внешнеполитические факторы, ограничение на выезд для некоторых категорий потребителей и увеличение количества самостоятельных туристов.

По итогам 2015 года большинство туристических поездок россияне совершили в Турцию – 23% от всего числа турпоездок, на втором месте Египет – 14%, по 7% у Греции и Испании.

Путевки в Азию подорожали только на 10%, в то время как европейские конкуренты из-за роста курса евро – на 15-20%. По Индии туроператоры

нарастили перевозку на 15-20%, отели предложили российскому рынку привлекательные цены, а египетские власти активно информировали о безопасности курортов. На 7-10% снизился турпоток в Таиланд, причинами тому стали военный переворот и введение комендантского часа.

На 15-20% по сравнению с 2014 года снизилось количество российских туристов в Греции. Сдерживающими факторами являются банкротство крупных игроков на направлении, а также овербукинг в отелях, связанный с активизацией немецкого, английского и скандинавского рынков.

На 25% сократился поток в Испанию, среди возможных причин – те же банкротства туроператоров, а также поддержка санкций против России и случай смерти от вируса Эбола в Мадриде.

В среднем за год цены на турпутевки выросли на 20% в 2015 году, а авиабилеты за рубеж в среднем подорожали на 22%.

В 2015 году глубина продаж сократилась в пользу бронирований от одной до четырех недель. Бронирования за более чем два месяца сократились вдвое. На 27% реже туристы стали бронировать туры за один, два месяца. Доля бронирований за 15-30 дней при этом выросла до 37%.

В целом тройка лидеров наиболее популярных у российских туристов стран в 2015 году не изменилась: первенство по-прежнему удерживала Турция, которую посетило почти 3,3 млн. россиян, что на 6,5% больше, чем в 2014 году. Далее идёт Египет (2,6 млн. туристов, что больше на 34,4%), а на третьем – Греция (чуть более 1 млн. туристов, при этом турпоток упал на 13,6%).

На четвертом месте оказалась Испания, которая поднялась с шестого места, приняв 982,3 тысяч русских туристов (что на 3% меньше). А на пятом месте оказался Таиланд, продемонстрировав падение российского турпотока на 10% или 933,8 тыс. человек.

В десятку самых посещаемых стран также вошли Германия (820,1 тыс. туристов), Китай (766,3 тыс.), Италия (747,4 тыс.), ОАЭ (597,4 тыс.) и Кипр (549,2 тыс.). Германия заняла шестое место, хотя в 2015 году занимала лишь

восьмое. При этом на одну ступеньку вверх смогли подняться Италия (рост на 3%), ОАЭ (снижение на 8,6%) и Кипр (снижение на 5,3%). Китай напротив упал с четвертого места на седьмое, показав снижение российского турпотока на целых 28,1%.

Что касается въездного турпотока в Россию, то больше всего в 2015 году приехало туристов из Китая – 409,8 тыс. человек (+10%). На втором месте оказалась Германия, откуда приехало к нам 349,5 тысяч туристов (минус 8%), на третьем месте – США – 162,1 тысяч туристов (минус 17,8%). Четвертое место заняла Турция, поднимаясь на одну позицию вверх с турпотоком в 134,7 тысяч человек (+10%). Замыкает пятерку лидеров Великобритания, которая в 2015 году находилась на четвертом месте: в прошлом сезоне Россию посетило 134,3 тыс. британских туристов (минус 15%). В топ-10 также вошли Израиль, Италия, Франция, Республика Корея и Финляндия.

Европейский континент характеризуется устойчивым спросом в любое время года, в отличие от курортов морского направления. Большое распространение получили автобусные туры по странам Европы, благодаря относительно невысокой цене в сравнении с авиатурами по тем же странам.

Анализ структуры затрат при формировании тура свидетельствует, что доля транспортных издержек составляет от 15 до 70% стоимости тура в зависимости от выбора транспортного средства. Наибольшая доля в 70% у туров с авиационным транспортом, наименьшая – у железнодорожного транспорта.

Анализ структуры проданных туров туристской фирмой ООО «ПЕЛАРГОС» за 2015 г. позволяет сделать вывод о том, что по количеству туров преобладают автобусные туры в страны Ближнего зарубежья. В летнее время 57% проданных туров составили туры в Крым. Для данных туров используются туристские автобусы международного класса, которые туристская фирма «ПЕЛАРГОС» арендует на время совершения тура.

Несмотря на то, что туры в Европу, Азию и другие регионы мира составляют в общей структуре туров, проданных туристской фирмой ООО

«ПЕЛАРГОС» менее 30% в количественном соотношении, именно в данных турах используется авиационный транспорт как средство передвижения.

Как правило, при организации туров в зарубежные страны используются чартерные авиарейсы, которые отличаются более низкой стоимостью билета, чем регулярные. Стоимость транспортных услуг в данных турах колеблется от 35% до 50% в зависимости от сезона, авиакомпании и других факторов. Экскурсионные туры по г.Белгороду и Белгородской области небольшой продолжительности – от 2 до 6 часов, используют авто транспорт как основное средство передвижения. В структуре туров авто транспорт составляет не более 25%.

В последнее время увеличивается доля индивидуальных туров, которые составляются по пожеланим клиентов и, как правило, в них в качестве основного вида транспорта используется авиационный. Маршрут таких индивидуальных туров достаточно сложный и возможности покупки билетов на чартерные авиарейсы минимальны. В результате доля стоимости транспортных услуг в них достаточно велика и доходит до 60%-70% в зависимости от дальности полета, сезона, популярности направления и многих других факторов.

Товарооборотом называют объем продажи товаров и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени [14]. Наиболее точным для анализа товарооборота, учета и анализа финансовых результатов с целью управления представляется определение: товар – это продукт деятельности (включая работы, услуги) предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Туристическая фирма ООО «ПЕЛАРГОС» предлагает туры в страны Европы, Азии, организует туры и экскурсии по Белгородской области.

Можно отметить, что в 2015 г. увеличилось количество проданных путевок на летний период в Крым (1432 путевок в 2014 г. в сравнении с 1993 путевками в 2015 г.). Это связано с лучшей организацией рекламной деятельности туристической фирмой и использованием системы скидок посторо-

янным покупателям. Продажи туристических путевок в Азию увеличились незначительно – в 2014 г. 187 путевок, в 2015 г. 204 путевки, что объясняется участвовавшими террористическими актами.

На первом месте по стоимости проданных путевок находится Крым 62%, что связано с большим количеством организуемых в данном направлении туров при относительной невысокой стоимости (рис. 2.2).

Несмотря на то, что в Европу продается только 12% путевок (на третьем месте по количеству продаваемых туров после Крыма и экскурсий по Белгородской области), из-за их высокой стоимости данное направление находится на втором месте – 25% выручки туристической фирмы ООО «ПЕЛАР-ГОС». Экскурсии по Белгородской области составляют 18% от общего количества проданных путевок, но при этом из-за их низкой стоимости дают меньше 1% выручки туристической фирмы.

Цены на туристский продукт должны соответствовать спросу и рекламе. Их необходимо ориентировать не на среднего потребителя (туриста), а на определенные типовые группы. Цена на туристский продукт зависит не только от спроса, но и от рекламы данного продукта, так как между ними существует тесная взаимосвязь. Как правило, снижение цены ведет к росту спроса на туристский продукт и оказывает рекламное воздействие на покупателя туристского продукта; в свою очередь, улучшение рекламы может способствовать увеличению цены на туристский продукт [20].

Цена на туристический продукт определяется методом нормативной калькуляции и включает расходы на людей, сопровождающих группу по маршруту. Таким образом, стоимость туристской путевки определяется по формуле:

$$Ц = \frac{И + Н + n - C \pm K}{T + \text{Э}} \quad (1)$$

где Ц - цена турпакета на одного туриста в рублях;

И - себестоимость услуг, входящих в турпакет туроператора;
 Н - косвенные налоги (НДС) по отдельным видам услуг;
 П - прибыль туроператора в рублях;
 С - скидка, предоставляемая туроператором туристу с отдельных видов услуг, входящих в турпакет;

К - комиссионное вознаграждение турагента, реализующего турпакет (надбавка к цене турпакета или скидка с цены туроператора в пользу турагента);

Т - количество туристов в группе;

Э - количество сопровождающих группу (эскорт).

Расчет цены на туристический продукт производится исходя из нормативной себестоимости услуг. Калькуляция – это определение стоимости одной единицы услуг или товара.

Туристическая фирма ООО «ПЕЛАРГОС» отправляет туристов в страны Азии, Крым, экскурсии по Белгородской области и т.п. Рассчитаем стоимость тура в Индию, предлагаемого туроператором для группы из 40 человек.

1. Общие условия.

Сроки: 15 дней - 14 ночей в июле.

Количество туристов в группе, включая сопровождающего – 40 человек.

Питание – полупансион (завтрак и ужин).

Проживание - двухместные номера со всеми удобствами в курортном отеле.

Транспорт – перелет регулярным рейсом «Аэрофлота».

Трансфер: аэропорт – гостиница – аэропорт автобусом «Мерседес».

2. Смета расходов турфирмы по отправке туристов.

Перелет – 21 000 руб. x 40 человек = 84,0 тыс. руб.

Проживание – гостиница «Sun Zeuner», включая питание (полупансион):
 4200 руб. x 14 x 40 человек = 2 352 000 руб. Итого: 2 436,0 тыс. руб.

3. Услуги фирмы (бронирование мест в гостинице и авиабилетов, сопровождение группы) – 10% от величины расходов: (2 436,0 + 84,0) x 10%

$= 2\,520,0 \text{ руб.} \times 10\% = 252,0 \text{ тыс. руб.}$

4. Общая стоимость тура на всю группу: $2\,520,0 + 252,0 = 2\,772,0 \text{ тыс. руб.}$

5. Стоимость тура на 1 человека (расходы на сопровождающего от фирмы делятся на общее количество туристов в группе, т. е. на 39 человек):
 $2\,772,0 : 39 = 64,615 \text{ тыс. руб.}$

Приведенный пример показывает, что на долю транспортных услуг 23,32% стоимости тура. Достаточно невысокая стоимость транспортных услуг в данном случае связана с использованием чартерного авиарейса. Но необходимо отметить, что при совершении подобного тура с использованием регулярных рейсов авиакомпании, стоимость авиаперелета может увеличиться до 30-40%.

Рассчитаем стоимость тура на Кипр.

1. Общие условия.

Сроки: 15 дней – 14 ночей в июле.

Количество туристов в группе, включая сопровождающего – 40 человек.

Питание – все включено.

Проживание - двухместные номера со всеми удобствами в курортном отеле.

транспорт - перелет регулярным рейсом «Сибирь» (Боинг).

Трансфер: аэропорт – гостиница - аэропорт автобусом «Мерседес».

1. Смета расходов турфирмы по отправке туристов.

Перелет – $22\,800 \text{ руб.} \times 40 \text{ человек} = 912\,000 \text{ руб.}$

Проживание – гостиница «Paradise», включая питание (все включено):

$4\,800 \times 14 \times 40 \text{ человек} = 2\,688\,000 \text{ руб.}$

3. Услуги фирмы (бронирование мест в гостинице и авиабилетов, сопровождение группы) – 10% от величины расходов:

$(2\,688,0 + 912,0) \times 10\% = 3\,600,0 \times 10\% = 360,0 \text{ тыс. руб.}$

4. Общая стоимость тура на всю группу:

$3\,600,0 + 360,0 = 3\,960,0 \text{ тыс.руб.}$

5. Стоимость тура на 1 человека (расходы на сопровождающего от

фирмы делятся на общее количество туристов в группе, т. е. на 39 человек):
 $3\,960,0 : 39 = 101,538$ руб.

Приведенный пример показывает, что на долю транспортных услуг приходится 22,45% стоимости тура.

На долю отправляющей туристской фирмы «ПЕЛАРГОС» приходится лишь 16,8% общей стоимости тура:

В структуре цены турпродукта наиболее высокие темпы прироста приходятся на услуги перевозки. Для решения комплекса проблем перевозки на внутренних и въездных потоках необходимы новые подходы, стимулирующие эффективные формы взаимодействия туристских и транспортных предприятий.

Проведя анализ, имеющейся в открытом доступе информации о тенденциях развития туристских транспортных систем крупных городов, было выявлено, что данная область, несмотря на ее значимость для туризма, крайне мало исследована.

Рыночные отношения и антимонопольное законодательство России способствовали децентрализации туризма и, в частности, его транспортной системы.

Резкое понижение спроса на транспортные услуги на туристском рынке привело к перепрофилированию ряда транспортных предприятий. Отсутствие единой транспортной системы усложнило положение на рынке транспортных услуг. Перевозчики практически сами стали определять цены на туристские услуги. Если в 1990 г. транспортные затраты составляли 20–25% цены тура, то в последнее время эта доля колеблется от 40 до 60%

Анализ пассажирских перевозок по видам транспорта позволил выявить следующие тенденции.

Рост железнодорожных пассажирских перевозок. Успешно реализуются совместно с французскими и немецкими железными дорогами перевозки пассажиров по таким маршрутам, как Москва – Ницца, Москва – Берлин – Париж.

На воздушном транспорте наблюдается рост пассажиропотока на международных линиях и снижение на внутренних.

Количество аэропортов в России за последние 15 лет сократилось более чем втрое. Сокращение произошло в основном за счет аэропортов регионального и местного значения, расположенных в районах Крайнего Севера, Сибири и Дальнего Востока. Частота полетов на местных воздушных линиях здесь – от раза в день до раза в неделю.

С 1990 года удельный вес пассажиров, перевезенных на местных линиях, упал с 23 до 3% от общего объема перевозок. Если раньше на местных авиалиниях перевозили до 12 млн. человек, то сегодня эта цифра снизилась в 10 раз.

Основной причиной снижения являются высокие тарифы на перевозку. Для сравнения, если средняя стоимость пассажирокилометра на международных воздушных линиях составляет два рубля, то на магистральных внутрироссийских перевозках уже 2,5 рубля, на региональных внутрироссийских 10 рублей, а на местных авиамаршрутах эта стоимость в среднем возрастает до 48 рублей.

Концентрация авиаперевозок и рост объема пассажирских перевозок на внутренних воздушных линиях вследствие неразвитости внутреннего рынка приходится на Москву. 67,2% перевезенных пассажиров направляются в Москву или из Москвы, и лишь третья часть перемещается между населенными пунктами России, минуя столицу.

Проблемы с наземным сообщением привели к увеличению объема авиаперевозок в три раза по сравнению с 2014 годом (до 29% от всего пассажиропотока). Из-за запрета европейских аэронавигационных властей с апреля прошлого года в Крым теперь летают только российские авиакомпании.

По данным Росавиации, до принятия в состав России Республики Крым регулярные полеты на полуостров выполняли только 11 российских авиакомпаний из восьми городов. Но уже летом 2015 года в Крым на регулярной основе летала 21 авиакомпания из 33 городов.

С момента присоединения полуострова к российской территории отечественные компании выполнили в Симферополь более 20 тыс. рейсов, перевезя около 2,7 млн. пассажиров – это в 4,5 раза больше, чем в 2014 году.

Из-за выросшего пассажиропотока впервые за долгое время аэропорт Симферополя перестал быть убыточным – за 2015 год чистая прибыль составила 800 млн. руб. Глава Крыма Сергей Аксенов рассчитывает, что в 2015 году аэропорт сможет принять уже более 3,5 млн. пассажиров (до реконструкции был рассчитан на 1 млн. в год).

На увеличение роста пассажиропотока в Крым повлияла и программа субсидирования, действовавшая с мая по октябрь 2015 года. Размер субсидий для авиакомпаний составил 50% от стоимости перевозки, но с ограниченным количеством мест на каждом рейсе.

Авиакомпании предлагали увеличить размер субсидирования, поскольку в рамках предлагаемых тарифов им приходилось «работать на грани рентабельности»: стоимость льготных билетов была слишком низкой (5–6 тыс. руб.), поэтому им приходилось поднимать цены на билеты без льгот.

При этом полеты в Крым постоянно грозят российским перевозчикам судебными преследованиями. Сразу после присоединения полуострова к России Госавиаслужба Украины начала штрафовать российских перевозчиков за нарушение правил использования воздушного пространства при полетах в Симферополь.

По состоянию на декабрь общая сумма штрафов, выставленных российским авиакомпаниям украинской стороной, превысила 18 млн. долл. Но изменить планы полетов российских перевозчиков в Крым пока смогли только власти ЕС. В августе «Добролет», дочерний низкобюджетный перевозчик «Аэрофлота», прекратил полеты на полуостров, а затем и свое существование, поскольку из-за санкций с ним отказались работать европейские контрагенты.

Несмотря на очевидное преимущество использование автобусных перевозок, так как они значительно ниже по стоимости других видов транс-

портных средств и имеют ряд преимуществ (доставка от двери до двери, совершение поездки в любое время удобное для туристов и др.), их использование ограничено расстоянием.

При совершении поездки дальше 1 000 км. использование автобусов в туристских целях становится нецелесообразно. Анализ статистических данных показывает, что наибольший спрос на туристские услуги наблюдается в летнее время, когда совпадают летние каникулы школьников и отпуска большинства населения Белгородской области, также спрос увеличивается во время зимних каникул в январе.

На расстояния более 700 км преобладающим видом транспорта является авиационный, но необходимо отметить слабое развитие авиационного сообщения с курортами Российской Федерации.

В соответствии с целью дипломного исследования необходимо разработать проект организации чартерных рейсов с целью повышения эффективности деятельности туристской фирмы.

3. Разработка проекта организации чартерных авиаперевозок

ООО «ПЕЛАРГОС»

3.1. Заключение договора с авиакомпанией-лоукостер и организация чартерных рейсов

Главным туристическим трендом 2015 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 2015 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 настоящий момент почти весь топ-5 направлений по продажам занимают внутренние направления. Что касается пляжного отдыха, то туристические компании также видят предпосылки к смещению спроса на летний отдых в пользу внутренних направлений. В пляжном отдыхе российские курорты посоревнуются не только с Грецией и Испанией, но и с Турцией и Египтом. Ожидается рост популярности летнего отдыха в Крыму и в Сочи.

Подведены итоги 2015 года и названы самые популярные среди российских туристов направления путешествий по внутренним направлениям. Как и ожидалось, первое место в этом рейтинге заняла Кубань. В Краснодарском крае, где отдохнуло на 66% больше, чем в 2014 году. Загрузка гостиниц, отелей и санаториев в курортных зонах стабильно показывала положительную динамику роста на протяжении всего года. Регион Большого Сочи, и вообще, показал фантастические 82% роста в сравнении с прошлым годом. Среди лидеров находятся Анапа, Геленджик и Таупсе. В этих городах наблюдался всплеск спроса на бюджетные варианты проживания и отдыха.

Выход на рынок внутренних авиаперевозок лоукост-авиаперевозчика «Победа» позволит сократить стоимость авиаперелетов примерно в 1,5 раза.

Согласно анализу, проведенному в рамках разработки Стратегии развития низкобюджетных авиаперевозок в Российской Федерации, гибридные бизнес-модели как инструмент конкурентной борьбы могут быть приняты рядом авиакомпаний не в целом по бизнесу, а лишь на локальных географических рынках, парах городов, где приходится конкурировать с лоукост-авиакомпанией.

По прогнозам специалистов в рамках вышеназванной стратегии, к 2020 году доля низкобюджетных авиакомпаний, включая гибридные варианты организации деятельности, по наиболее вероятному сценарию может достигнуть 37% от суммарных объемов перевозок на ВВЛ и более 40% при высоком сценарии развития данного сегмента. Но это при условии, что данные авиаперевозки начнут системно развиваться с текущего года, и в этом сегменте появятся новые авиаперевозчики. То есть в обозримой перспективе лоукост-авиакомпания способны составить существенную конкуренцию традиционным перевозчикам в России. Ожидается, что может повториться среднемировой тренд развития сегмента [14].

Доля рынка, приходящаяся на данную бизнес-модель в чистом виде и в виде ее модификаций, во многих регионах мира достигает 40% и более. Например, в Азии доля лоукост-авиакомпаний превысила 52%. Популярность лоукост-авиаперевозок объясняется усиливающейся конкуренцией на многих рынках, освоением авиакомпаниями более эффективных методов организации авиа-перевозочного бизнеса, позволяющих обеспечивать существенную экономию на издержках.

В последние три года конкуренция в мировой авиатранспортной отрасли в целом существенно возросла. Доля авиационного пассажиропотока, обслуживаемого только одной или двумя авиакомпаниями, уменьшалась ежегодно на 2 процентных пункта – с 39% в 2010 г. до 35% в 2013 г. Одновременно доля пассажиропотока, который обслуживается четырьмя и более авиакомпаниями, увеличилась с 35% в 2010 до 38% в 2013 г. Азия стала не только самым быстрорастущим, но и наиболее конкурентным рынком: на

75% всех маршрутов в регионе работает более трех авиакомпаний, на 27% – пять и более перевозчиков. Для сравнения: в других регионах, таких как Ближний Восток и Европа, только половина маршрутов обслуживается тремя или более авиакомпаниями.

Бюджетная авиакомпания (другие названия – дискаунтер, лоу-кост-авиакомпания) (англ. low-cost carrier, low-cost airline, также англ. no-frills carrier, discount carrier, budget carrier) – авиакомпания, которая предлагает крайне низкую плату за проезд в обмен на отказ от большинства традиционных пассажирских услуг.

Родина концепции лоу-кост – США, откуда она распространилась в Европе в начале 1990-х и в дальнейшем во многих странах мира. Термин лоу-кост заимствован во многие языки мира из английского языка, где первоначально относился ко всем авиакомпаниям с более низкой структурой эксплуатационных расходов, чем у их конкурентов. В то время как термин лоу-кост часто применяется к любым авиакомпаниям с низкими ценами на билеты и ограниченным набором услуг, независимо от их операционных моделей, лоу-кост авиакомпании не стоит смешивать с региональными авиакомпаниями, которые работают на коротких рейсах без сервиса или с авиалиниями с полным сервисом, но ограничивающими набор услуг [32].

Типичная бизнес-модель лоу-кост авиакомпании обычно (но не всегда) включает в себя следующие положения:

- наличие единого пассажирского класса;
- использование одного типа самолёта, (обычно экономных Airbus A320 или Boeing 737), что позволяет сокращать издержки на подготовку персонала и обслуживание техники;
- минимальный набор дополнительного оборудования в самолёте, отсутствие развлекательных видеопанелей, AVOD, систем цифровой связи пилотов с землей ACARS, автоторможения и т. д., что снижает стоимость самолета и уменьшает его полетный вес, а значит, и расход топлива;
- упрощенная схема оплаты билетов, использование единого бланка для

проезда в оба конца. В последнее время обычным является отсутствие бумажных билетов и переход на электронные билеты;

- прямые продажи билетов, особенно через Интернет с целью уменьшения выплат комиссионных агентам и системам резервирования;

- типично – увеличение цены билета по мере заполнения самолёта с целью поощрения раннего резервирования клиентами;

- отсутствие указанных мест в посадочных талонах, то есть поощрение пассажиров быстрее подняться на борт и занять места;

- использование менее загруженных по воздушному трафику аэропортов. Выполнение рейсов ранним утром или поздним вечером с целью минимизации задержек, вызванных перегрузкой их воздушного пространства («воздушных заторов») и экономии за счёт более низких сборов в таких аэропортах;

- выполнение в течение дня одним самолетом нескольких рейсов, быстрый оборот самолётов в аэропортах;

- выбор упрощенных маршрутов полетов, которые строятся по принципу «из точки в точку» (т.е. организация прямых рейсов между аэропортами, вместо использования промежуточных посадок в «хабах» (также с целью максимального использования самолёта и минимизации задержек, связанных с опозданием транзитных пассажиров и потерь багажа между рейсами);

- ориентация на прямые перелеты: багаж не перемещается автоматически с рейса на рейс, даже если это рейсы одной компании;

- сокращение набора услуг, предоставляемых пассажирам на борту самолета, исключение из этого набора услуг, которые в других авиакомпаниях являются стандартными (раздача пассажирам прохладительных напитков и питания), перевод таких услуг в разряд платных;

- получение дополнительных доходов от продажи услуг и товаров на борту самолёта;

- служащие бюджетных авиакомпаний выполняют несколько функций. Например, стюарды кроме своих прямых обязанностей, также занимаются

уборкой салона, регистрацией пассажиров на рейс (с целью экономии фонда зарплаты);

- уменьшение роли особого сервиса (например, повышение возраста детей, с которого они могут летать самостоятельно), что снижает затраты;

- агрессивные программы хеджирования стоимости топлива [63].

Ради справедливости следует отметить, что не все лоу-кост авиакомпании осуществляют весь перечисленный набор мероприятий (например, некоторые из них традиционно указывают номера мест в посадочных талонах, а другие используют несколько типов самолётов).

Растущая конкуренция во многом стимулируется развитием низкотарифных перевозчиков во всем мире. Пока они в большой степени сосредоточены на традиционных рынках – Европе и США. По итогам 2013 г. в Европе на их долю пришлось 38% всего объема перевозок. В юго-западной части Тихоокеанского региона и Северной Америке эти доли составили 37 и 30% соответственно. Однако на рынках, где отмечается наиболее активный рост авиаперевозок, присутствие бюджетных перевозчиков остается относительно скромным: 14% в странах Ближнего Востока, 19% в Азии и 25% в Латинской Америке (табл. 3.1).

Таблица 3.1

Доля низкотарифных перевозчиков в пассажиропотоке в 2013–2014 годах

Регион	Доля пассажиропотока низкотарифных перевозчиков, %		Изменение, 2014/2014
	2013 г.	2014 г.	
Европа	36,5	38,0	+1,5
Юго-Западный регион Тихого океана	35,5	36,6	+1,1
Северная Америка	29,5	30,2	+0,7
Латинская Америка	26,6	24,9	-1,7
Азия	16,5	18,6	+2,1
Ближний Восток	11,7	13,5	+1,8
Африка	9,4	9,9	+0,5

Между тем уровень присутствия бюджетных авиакомпаний существенно варьируется внутри регионов. В Европе наибольший процент исходящего пассажиропотока низкотарифных перевозчиков – 57% – приходится

на Испанию, за ней следует Великобритания с 52%. В 2013 г. доля пассажиров, обслуженных лоукост-компаниями в Великобритании, увеличилась на 4 п.п. и впервые преодолела 50%-ный барьер. В Азии, несмотря на относительно невысокие показатели по региону в целом, отдельные страны также следуют этой тенденции: 65% авиаперевозок на Филиппинах и 61% в Таиланде выполняются низкотарифными авиакомпаниями.

В России дешевым авиаперелетам было положено начало авиакомпанией SkyExpress, которая была основана в марте 2006 года, став первым в России низкобюджетным авиаперевозчиком. Первый рейс осуществлён на направлении Москва – Сочи 29 января 2007 года под флагом SkyExpress. По состоянию на 2011 г. осуществлялись рейсы по направлениям Москва (Внуково), Санкт-Петербург, Анапа, Владикавказ, Екатеринбург, Пермь, Калининград, Краснодар, Минеральные Воды, Мурманск, Оренбург, Ростов-на-Дону, Сочи, Уфа, Челябинск. Флот авиакомпании – Боинг 737–300 и 737–500 (все – в операционном лизинге), в течение летнего сезона 2011 года флот пополнился двумя Airbus A320. Осенью авиакомпания в полном составе вошла в состав «Авиалиний Кубани», и с 30 октября 2011 года прекратила регулярные пассажирские перевозки. Новый собственник намеревается использовать бренд SkyExpress на чартерных перевозках.

30 июля 2009 года авиакомпания «Авианова» получила сертификат эксплуатанта. С середины августа на официальном сайте компании уже появилась возможность покупки билетов онлайн. Перевозчик работал по дискаунт модели и стал вторым лоукост проектом России. Авиакомпания осуществляла регулярные рейсы по следующим направлениям (2011 г.): из Москвы (Шереметьево) – Анапа, Архангельск, Астрахань, Волгоград, Геленджик, Екатеринбург, Калининград, Краснодар, Курган, Набережные Челны, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Симферополь, Сочи, Ставрополь, Сургут, Тюмень, Ульяновск, Уфа; и из Санкт-Петербурга – Архангельск, Калининград, Краснодар, Сочи и Екатеринбург. Флот составляли 6 судов Airbus A320. В связи с ухудшением финансово-экономического состояния авиакомпания

прекратила регулярные пассажирские перевозки с 00.01 московского времени 10 октября 2011 г. 23 апреля 2013 года Арбитражный суд г. Москвы признал авиакомпанию «Авианова» банкротом.

Российские регулирующие органы и авиакомпании категорически противятся приходу европейских бюджетных компаний в Россию, что связано с лоббизмом, боязнью конкуренции и страхом потерять монопольную прибыль.

В октябре 2014 года авиакомпания «Аэрофлот» зарегистрировала лоукостер «Добролёт». В августе 2015 года деятельность этой авиакомпании была приостановлена из-за санкций ЕС в отношении России. Позже, авиакомпания «Аэрофлот» зарегистрировала свой новый лоукостер под брендом «Победа».

Особенности чартерных перевозок накладывают определенный отпечаток на коммерческую работу по организации чартеров. Организации чартерных перевозок предшествует большая подготовительная работа. Она включает в себя ведение переговоров с турфирмами, согласование чартерной программы, подписание контракта, получения разрешения местных властей и т.д. После проведения предварительных переговоров с турфирмами или другими организациями представительством разрабатывается чартерная программа.

Не менее чем за три месяца до начала выполнения программы полетов авиакомпанией должна быть составлена уточненная чартерная программа на соответствующий период. Составляется детальный график выполнения рейсов на каждый месяц периода, с указанием времени прилета и вылета по всем пунктам маршрута перевозки.

Одновременно с составлением программы должны быть проведены переговоры с каждой туристической фирмой, изъявившей желание участвовать в программе чартерных перевозок относительно оптовых цен и других финансовых вопросов.

При организации чартерных авиаперевозок заказчик и авиакомпания

определяет маршрут, также с ним оговариваются обязанности сторон, выясняется соответствие арендного договора международным правилам, определяется полная стоимость рейса, а затем заключается специальный чартерный договор.

Основные сведения, которые должны быть отражены в договоре чартерной перевозки.

1. Конкретные условия перелета.

2. Стоимость перевозки. Основными факторами, определяющими стоимость чартера в целом, являются: цена топлива; стоимость летного часа данного типа самолета; расходы на техническое и аэропортовое обслуживание; стоимость бортового питания; форма организации чартерного рейса (разовый «туда», разовый «туда и обратно», рейс с отстоем, чартерная цепь, блок-чартер).

Помимо этого, существует целый ряд других факторов, влияющих на цену чартерного рейса: маршрут перевозки, который выбрал заказчик; срочность перевозки; сезон; время суток; насыщенность регулярных авиалиний; пассажирский рынок страны; наличие и количество конкурентов на направлении; величина нормальных и льготных тарифов и др.

3. Права и обязанности перевозчика и заказчика.

4. Минимальная коммерческая загрузка. В договоре определяется минимальная коммерческая загрузка воздушного судна, при которой будет выполняться рейс. При предлагаемой низкой коммерческой загрузке воздушного судна авиакомпания планирует чартерные рейсы в интересах нескольких заказчиков, а также предусматривает загрузку воздушного судна по своему усмотрению, а также с различными целями. Таким образом, в случае наличия свободных мест или емкостей в самолете, выполняющем перевозку, перевозчик имеет право перевозить любых других пассажиров, багаж, а также почту и грузы с соблюдением правил страны отправления и страны назначения установленных для перевозки, без какой-либо выплаты компенсации заказчику.

5. Расторжение договора. Обе стороны имеют право расторгнуть договор. Авиакомпания может воспользоваться этим правом в следующих случаях: не поступление необходимых платежей за перевозку со стороны заказчика; не выполнение заказчиком обязательств по минимальной загрузке воздушного судна; отсутствия авиатоплива для перевозки или сокращения его лимита; отвлечение самолета от перевозки на выполнение правительственных заданий.

Заказчик имеет право отказаться от рейса в случаях: задержки рейса более чем на оговариваемый изначально промежуток времени; замены типа воздушного судна, если вследствие этого не будут обеспечиваться объем и качество перевозки, предусмотренные по начальному договору.

В остальных случаях заказчик может отказаться от договора с уплатой неустойки, размер которой оговаривается в контракте и зависит от срока отказа до намеченной даты вылета.

Освобождение от ответственности. Перевозчик освобождается от ответственности за неисполнение или ненадлежащее выполнение договора в случае форс-мажорных обстоятельств (неблагоприятных метеорологических, стихийных бедствий, чрезвычайных ситуациях, начала военных действий и т.д.).

Таким образом, для организации проекта чартерных авиаперевозок требуется подготовительная работа, которая состоит в налаживании связей между участниками чартерной цепи и авиакомпаниями, а также согласование чартерной программы и подписание контракта. Этой работой занимается консолидатор инвестиционного проекта, которым в данном случае является туристическая фирма ООО «ПЕЛАРГОС».

Туристская фирма определяет участников чартера – туристские фирмы г. Белгорода – туроператоров, заключает с ними договор о совместном фрахте воздушного судна. Необходимо провести экономическое обоснование проекта чартерных авиаперевозок.

3.2. Обоснование проекта чартерных авиаперевозок

В рамках реализации проекта организации чартерных рейсов необходимо определить направление чартерного рейса исходя из сложившегося спроса и авиакомпанию, с которой будет заключен контракт на фрахт воздушного судна.

На сезон 2015 года аналитики туристского рынка прогнозируют, 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 [30].

Пляжный отдых на курортах Черноморского побережья, а также отдых в санаторно-курортных комплексах курортного региона Кавказских Минеральных Вод – один из наиболее распространенных видов туризма на территории Российской Федерации. Наибольшая доля туристов приезжает на курорты Краснодарского края и Кавказских Минеральных Вод из Москвы и Санкт-Петербурга, а также городов Сибирского и Дальневосточного регионов [49].

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

- Белгород – Сочи, рейс в среду осуществляемый компанией «Победа». Период совершения рейсов Белгород – Сочи 01.06.2016-14.09.2016; рейс во вторник совершаемый авиакомпанией «Ижавиа», период – 07.06.2016 – 27.09.2016;

Отметим, что в 2015 году были также рейсы Белгород – Минеральные Воды (авиакомпания «Rusline» 3 раза в неделю – вторник, четверг суббота) и Белгород – Краснодар (рейс осуществлялся по вторникам авиакомпания «Rusline» 3 раза в неделю – вторник, четверг, суббота).

Проведя анализ предлагаемых путевок в санатории, расположенные на побережье Черного моря, мы пришли к выводу, что актуально будет органи-

зовать чартерные рейсы в г. Анапа. Многие туристские фирмы г. Белгорода предлагают летний отдых именно в санаториях, расположенных вблизи г. Анапа.

Международный аэропорт Анапа (Витязево) – международный аэропорт федерального значения города-курорта Анапа (Краснодарский край) расположен в 5 км северо-восточнее железнодорожной станции Анапа, в 4 км восточнее села Витязево, в 15 км на северо-запад от центра города Анапа.

Строительство аэропорта «Витязево» началось в 1969 г. и было завершено в 1976 г. До окончания строительства, уже 15 апреля 1974 г. в аэропорту приземлился первый рейсовый самолет «Ан-24Б» - этот день и считается днем рождения нового аэропорта Анапа (Витязево).

Аэропорт обслуживает город-курорт Анапа, города Новороссийск и Темрюк с общим постоянным населением более 400 тыс. человек. Является аэропортом крупнейшего детского курорта на юге России, где турпоток достигает 3 млн. человек в год.

Международный аэропорт Анапа в 2004 году был отмечен всероссийской премией «Российский Национальный Олимп» за выдающийся вклад в историческое развитие России в номинации «Выдающиеся предприятия малого и среднего бизнеса». В 2008 г. предприятию был вручен диплом главы Краснодарского края А.Н. Ткачева «Победитель краевого конкурса «Лидер экономики Кубани-2007» в отраслевой подгруппе «Авиационный транспорт», в 2008 г. аэропорту присвоен диплом главной профессиональной премии транспортного комплекса Кубани (Кубанский транспортный Олимп) в номинации «За высокую динамику развития и безопасность полетов» [8].

Сегодня аэропорт обслуживает город-курорт Анапа, города Новороссийск и Темрюк. В аэропорту работают 24 авиакомпании, рейсы осуществляются по 47 направлениям.

26 сентября 2014 года в рамках XII Международного инвестиционного форума в Сочи компания «Базэл Аэро», управляющая аэропортами Краснодарского края в Сочи, Краснодаре, Анапе и Геленджике, подписала инвести-

ционное соглашение о строительстве нового аэровокзального комплекса с Администрацией муниципального образования города-курорта Анапа.

В рамках соглашения «Базэл Аэро» осуществит строительство нового аэровокзального комплекса рядом с действующим аэропортом Анапа. Ориентировочный срок реализации проекта - три года.

Администрация города-курорта Анапы, согласно соглашению, будет содействовать в решении административных вопросов, в том числе предоставлении земельного участка, подготовке документации, необходимой для реализации проекта, а также подключении объектов строительства к объектам инженерной инфраструктуры города.

Новый комплекс будет представлять собой двухэтажное здание площадью более 10 000 кв.м., пропускная способность составит до 700 пассажиров в час. Терминал будет обслуживать внутренние воздушные линии. Здание действующего аэропорта будет переоборудовано в терминал международных авиалиний. Площадь действующего терминала аэропорта Анапы в настоящее время составляет 5000 кв.м., пропускная способность Международного аэропорта Анапа составляет 400 пассажиров в час. Ввод нового терминала в эксплуатацию позволит увеличить площадь аэровокзального комплекса почти в 3 раза. Общая площадь нового аэропорта составит 14 000 кв.м., пропускная способность которого в 2015 году увеличится до 1 100 пассажиров в час.

В качестве авиакомпании, с которой будет заключен договор фрахтования воздушного судна выбрана авиакомпания «Победа», которая входит в Группу «Аэрофлот», реализуя проект классического низкобюджетного авиаперевозчика. Работа компании направлена на повышение мобильности населения и транспортной доступности регионов России.

Авиакомпания «Победа» – новый российский лоукостер «Аэрофлота», заменивший бюджетного перевозчика «Добролет», который был вынужден прекратить свою деятельность из-за проблем с обслуживанием самолетов в Европе лизинговыми компаниями. Авиакомпания «Победа» оформлена на юридическое лицо ООО «Бюджетный перевозчик» и представляет из себя

классическую модель бюджетной авиакомпании (лоукост) с низкими тарифами на авиабилеты для граждан, желающих сэкономить на авиаперелетах. Основной целью лоукостера «Победа» является увеличение транспортной мобильности российских граждан и повышение транспортных связей между регионами России [6].

Для совершения авиаперевозок пассажиров лоукостер «Победа» использует новые самолеты марки Boeing 737-800NG, рассчитанные на 189 мест. Дизайн салона воздушного судна выполнен в стиле Sky Interior, отличительной особенностью которого являются кожаные кресла, а также более вместительные багажные полки и механизмы их открывания. Внешний вид самолета претерпел небольших изменений, теперь вместо надписи «Добролет» красуется логотип с названием нового бренда «Победа». Российский лоукостер планирует к 2018 году расширить свой воздушный флот до 40 самолетов, а также войти в десятку лучших авиаперевозчиков России.

Флот «Победы» самый молодой в России, средний возраст воздушных судов составляет всего несколько месяцев. Компания эксплуатирует новейшие самолеты Boeing 737-800 NG, поставляемые прямо с завода-производителя. К 2018 году флот будет насчитывать около 40 воздушных судов, а перевозки достигнут 10 млн. человек в год, что позволит компании войти в пятерку крупнейших авиаперевозчиков России. Маршрутная сеть компании будет насчитывать более 45 внутрироссийских и международных направлений.

Мировая практика доказывает, что бюджетные перевозчики очень популярны на рынке пассажирских авиационных перевозок. Доля пассажиропотока лоукостеров в Европе составляет 38%, в Северной Америке – 30%, в Южной Америке – 27%, Азии – 17% и Африке – 9%, и с каждым годом увеличивается.

Главным приоритетом авиакомпании «Победа» всегда будет безопасность полетов. Новые самолеты позволяют добиться высочайших показателей в области безопасности. Деятельность «Победы» отвечает требованиям

российского авиационного законодательства, стандартам и рекомендуемой практике ИКАО (Международная организация гражданской авиации) и IATA (Международная ассоциация воздушного транспорта), требованиям Boeing и передовому опыту российских и зарубежных авиапредприятий.

В парке авиакомпании – новые воздушные суда Boeing 737-800 Next-Generation (NG). В салоне установлены кожаные кресла производства компании В/Е – Aerospace. Дизайн салона самолета Sky Interior отличается от предыдущих версий новыми более вместительными багажными полками и механизмами их открывания, что обеспечивает больше надголовного пространства для пассажиров, сидящих в креслах у прохода, и позволяет визуально расширить пространство салона.

Самолеты Boeing 737-800 NG, которые являются наиболее популярными и надежными пассажирскими реактивными самолетами в мире. Крупнейшие авиаперевозчики, в том числе и низкобюджетные, успешно эксплуатируют всю линейку Boeing 737. Максимальная дальность полета Boeing 737-800 NG составляет 5765 км. Крейсерская скорость – 852 км/ч. Максимальная высота полета – 12 500 м.

Авиакомпания начала выполнять полеты в декабре 2015 года. Но уже по итогам первого квартала 2015 года «Победа» вошла в ТОП-10 авиакомпаний России. Летняя программа 2015 предусматривает выполнение 70 рейсов в день по 37-ми направлениям на 12-ти воздушных судах.

Самолеты лоукостера «Победа» летают по 16 направлениям (данные за март 2015 года) между 17 аэропортами России. Главный хаб авиакомпании – московский аэропорт «Внуково». В ближайшем будущем бюджетная авиакомпания «Победа» планирует расширить направления своих полетов и добавить в свою маршрутную сеть новые российские, а также европейские города. К концу 2015 года авиакомпания «Победа» планирует расширить маршрутную сеть до 35 внутрироссийских направлений.

Планы российского лоукостера на 2015 год: Астрахань, Анапа, Воронеж, Геленджик, Калининград, Мурманск, Нижний Новгород, Таганрог, Уль-

яновск, Саратов, Казань, Киров, Курган, Новый Уренгой, Ханты-Мансийск, Норильск, Омск, Новосибирск, Краснодар [47].

По известным причинам самолеты авиакомпании «Победа» не будут летать из Москвы в Симферополь (Крым). Так же, маловероятны полеты лоукостера «Аэрофлота» в/из Санкт-Петербурга, так как руководство лоукост-авиакомпании не может договориться с администрацией аэропорта «Пулково» о выделении им слотов.

Тарифная система авиакомпании «Победа» схожа с лоукостерами Европы и предполагает очень дешевую базовую стоимость билета с последующим платным добавлением различных услуг.

Тарифная система включает как возвратные, так и не возвратные тарифы. Питание на борту самолетов производится за дополнительную плату.

Перевозка багажа: бесплатно в багаже – весом до 10 кг на человека, место должно быть сдано на стойке регистрации для перевозки в багажном отделении самолета; бесплатно в салоне самолета – только некоторые вещи (дамская сумочка или портфель, папка для бумаг, зонтик, трость и букет цветов, верхняя одежда и т.д.).

За дополнительную плату имеется возможность заранее выбрать место в салоне самолета. Стоимость зависит от времени вылета рейса, расположению кресла в салоне, способа оплаты. Итого, стоимость бронирования места может составлять от 199 до 1099 рублей. Любая операция по изменению билета осуществляется платно. Сборы за изменение даты вылета или возврат билета – 2000 рублей, за изменение имени в билете – 4000 рублей.

Главная цель инвестиционного проекта – обоснование затрат, необходимых для организации нового чартерного направления Белгород (Россия) – Анапа. Для определения стоимости перелета по маршруту Белгород – Анапа – Белгород был проведен анализ стоимости авиабилетов по маршруту Москва – Анапа – Москва, которое может являться альтернативным вариантом.

Минимальную стоимость по маршруту Москва – Анапа – Москва

предлагает авиакомпания «Победа» 9 424 руб. (табл. 3.2).

Таблица 3.2

Стоимость авиабилета Москва-Анапа-Москва на август 2015 г.

у различных авиакомпаний, руб.

авиакомпания	Победа	Ютейр	Уральские авиалинии	Аэрофлот	S7	VIМавиа	Трансаэро	Nordavia
Победа	9424	12817	-	-	-	-	-	-
Ютейр	11346	12180	13449	14619	13555	13555	13555	-
Уральские авиалинии	-	13211	14190	14298	14100	15935	14201	-
Аэрофлот	-	13319	-	15468	14280		15589	14841
S7	-	15100	-	-	16000	15420	14384	15924
VIМавиа	-	14677	-	-	-	15473	-	-
Трансаэро	-	14908	-	14233	16444	15469	14159	14865
Nordavia	-	14910	14820	-	-	-	15637	15720

В рамках проекта ООО «ПЕЛАРГОС» организует чартерные рейсы по маршруту Белгород – Анапа. 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.

В связи с тем, что организация авиаперевозок попадает под статью деятельности туроператора, первоочередными действиями туристической фирмы ООО «ПЕЛАРГОС» будет вхождение в Единый Федеральный Реестр Туроператоров.

Необходимым условием внесения в реестр служит предоставление финансовой гарантии на достаточную сумму. Согласно предложенным изменениям вводится понятие финансовой гарантии и определяются способы обеспечения в виде банковской гарантии или страхования гражданской ответ-

ственности туроператора на сумму от 0,5 до 10 млн. руб. в зависимости от направлений туристической деятельности.

Целью введения страхования гражданской ответственности туроператоров является обеспечение туристу гарантии возврата его денежных средств за оплаченные и не оказанные услуги или в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения туроператором предусмотренных договором обязательств. В частности, законом предусматривается страховая ответственность туроператоров или банковская гарантия, размер которой не может составлять менее 500 тыс. руб. для туроператоров, работающих в сфере внутреннего туризма.

В связи с отменой лицензирования предлагается в целях ограничения правоспособности юридического лица, осуществляющего туроператорскую деятельность, вести Единый федеральный реестр туроператоров. В поправках предусмотрено, что деятельность туроператора возможна только после включения предприятия в реестр и выдачи ему соответствующего свидетельства. Таким образом, финансовая сумма организации составляет 0,5 млн. руб., в связи с тем, что турфирма планирует специализироваться на внутреннем туризме, соответственно учитывая средние страховые тарифы страховой компании «РЕСО ГАРАНТ» 5%, страховая премия составит 25,0 тыс. руб. в год.

Дальнейшие усилия ООО «ПЕЛАРГОС» будут направлены на заключение договора фрахтования судна. В качестве перевозчика выбрана Авиакомпания «Победа», организующая чартерные перевозки по различным направлениям. Договор фрахтования воздушного судна будет заключен сроком на 4 месяца.

Таким образом, аренда чартерного самолета по направлению Белгород – Анапа, со временем в пути 1 час 35 минут, составляет 357,12 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 «ПЕЛАРГОС», которая является консолидатором проекта;
- «Tez Tour» - туроператор является одним из ведущих и крупных в России;
- «Колибри-тур» предлагает большое количество видов и программ для туристов.

С учетом реализации предложенных мероприятий в организационную структуру туристической фирмы ООО «ПЕЛАРГОС» будут внесены определенные изменения, в частности добавляется персонал, работающий непосредственно в рамках внедряемого проекта, штат сотрудников увеличивается на 1 человека.

Туристическая фирма представляет собой коммерческое предприятие, которое также как и любая другая фирма подвержена определенным рискам в своей деятельности. От руководства туристической фирмы требуется правильная организация своей деятельности, определение этих рисков и дальнейшая работа, направленная на их снижение. В любой туристической фирме должна быть разработана стратегия управления рисками разных классов и типов.

Деятельность туристической фирмы ООО «ПЕЛАРГОС» непосредственно сопряжена с определенной вероятностью рисков. Возможность возникновения риска достаточно высока, в связи с тем, что туристический бизнес имеет тенденцию к постоянному изменению, благодаря внешним факторам и фактору сезонности, поэтому можно ориентировочно определить, какие риски наиболее вероятны.

Основными рисками в связи с осуществлением инвестиционного проекта по организации чартерных авиаперевозок будут являться следующие.

1. Непредвиденные затраты. Риск непредвиденных затрат может предупредить образование резервного фонда в туристической фирме или более детальный экономический анализ будущей деятельности.

2. Неустойчивость спроса. Данную проблему планируется решать посредством маркетинга. Проведением рекламной кампании в отношении туристического продукта, разработкой бонусной программы для клиентов, а также проведением рекламного тура, с целью заинтересованности других турфирм по продаже туров по этому направлению.

3. Появление альтернативной услуги. Аналогичные услуги по выбранному направлению в г. Белгород не оказываются. В качестве угрозы можно рассматривать лишь аналогичные услуги с вылетом из ближайших по местоположению аэропортов (Харьков, Воронеж, Москва).

4. Зависимость от поставщиков услуг. Данный риск характеризуется зависимостью от других туроператоров и авиакомпаний, от их финансовой устойчивости, платежеспособности и их возможностью качественно предоставлять свой товар на рынке туристских услуг.

5. Снижение цен конкурентами и непредвиденные затраты, в том числе инфляция. В зависимости от того насколько туристическая фирма максимально сможет выдержать возможные угрозы, настолько ее возможности будут максимально достигнуты, и за счет этого, организация получит положительный экономический эффект от своей деятельности.

Таким образом, для данного проекта необходима большая подготовительная работа и анализ готовности предприятия к реализации проекта. Был проведен анализ рисков, из которого можно сделать вывод о том, что основными рисками являются: непредвиденные затраты предприятия, неустойчивость спроса на рынке туристских услуг и появление альтернативной услуги.

В связи с возрастающим интересом среди туристов по данному направлению и относительно невысокой ценовой категорией отдыха, можно заключить организация чартерных авиаперевозок по этому направлению является актуальной на рынке туризма Белгородской области.

В силу недостаточности собственных средств для самостоятельного осуществления проекта, предлагается создание объединения нескольких туроператоров города Белгорода.

3.3. Расчет экономической эффективности проекта

Эффективность инвестиционного проекта – категория, отражающая соответствие проекта целям и интересам всех его участников. Эффективность инвестиционного проекта оценивается в течение расчетного периода, который охватывает интервал времени от начала проекта, до его прекращения, то есть, от начала его финансирования, до получения непосредственно прибыли.

Показатели экономической эффективности инвестиционного проекта учитывают затраты и результаты, связанные с его реализацией и выходящие за пределы прямых финансовых интересов участников инвестиционного проекта.

К основным целям инвестиционного проекта организации чартерных авиаперевозок относятся:

- получение высокой прибыли в ходе реализации инвестиционного проекта;
- выход на новые рынки сбыта;
- расширение сферы деятельности ООО «ПЕЛАРГОС».

Для реализации проекта необходима аренда чартерного самолета по направлению Белгород – Анапа, Анапа – Белгород, со временем в пути 1 час 35 минут. Стоимость аренды составляет 357,12 тыс. руб. за один рейс.

С учетом сезонности предоставляемой услуги и продолжительности туристического сезона страны пребывания, срок реализации проекта 4 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 – по понедельникам и четвергам. Это позволит формировать туры различной продолжительностью.

Рейс Белгород – Анапа и Анапа – Белгород будет совершаться в один день, таким образом, общее количество полетов составит 68 рейсов за сезон:

- 18 рейсов в июне,
- 18 рейсов в июле,

- 16 рейсов в августе,
- 16 рейсов в сентябре.

Все затраты на аренду чартера будет делиться между туристскими фирмами – туроператорами, которые войдут в состав пула, соответственно прибыль от реализации проекта также в равных долях распределяется между участниками пула.

В таблице 3.3 представлены затраты ООО «ПЕЛАРГОС» на реализацию данного проекта. 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.

Таблица 3.3

Первоначальные затраты ООО «ПЕЛАРГОС» на реализацию проекта

Статья затрат	Сумма, тыс. руб.
Выплата страховой премии	25,0
Оплата аренды чартера	3 214,08
Расходы по продвижению нового направления	100
Оплата труда временного персонала	20
Отчисления из фонда оплаты труда (30,2%)	6,04
Расходы по организации нового направления	15
Итого:	3 380,12

Стоимость оплаты чартерных рейсов, включенная в сумму первоначальных инвестиций составляет 3 214,08 тыс. руб. и она включает в себя стоимость 50% рейсов туда-обратно по маршруту Белгород – Анапа за июнь месяц.

Всего будет организовано 68 рейсов, каждый стоимостью 357,12 тыс. руб. Оплата рейсов будет происходить за 2 недели до их совершения, таким образом, график выплаты платежей за чартер будет следующим:

- май 3 214,08 тыс. руб.,
- июнь 6428,16 тыс. руб.,

- июль 6 071,04 тыс. руб.,
- август 5 713,92 тыс. руб.,
- сентябрь 1 754,11 тыс. руб.

Максимальные выплаты приходятся на июнь и июль в связи с большим числом рейсов в данные месяца (по 18 рейсов в июне и июле). 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 3 380,12 тыс. рублей.

В качестве мероприятий по продвижению продукта планируется:

- заключение договорных соглашений на реализацию авиабилетов с максимальным количеством туристических фирм города: организационные расходы 2000 руб.;
- реклама объявлений в бесплатных газетах и журналах («Моя реклама»);
- организация собственного сайта туроператора, поддержание его качественной работы: расходы на создание сайта – 10000 руб.; обслуживание сайта в месяц 6500 руб., единоразовые выплаты за домен и хостинг в год – 4500 руб.;
- наружная реклама – 26200 руб.;
- реклама на транспорте: размещение стикеров в троллейбусах и автобусах – 30800 руб.;
- поддержание рекламной компании: печать рекламной продукции в течение реализации проекта: листовки и различная сувенирная продукция – 31000 руб.

Таким образом, первоначальные затраты на продвижение продукта составляют 100,0 тыс. руб., постоянные затраты на рекламу 20,0 тыс. руб.

Так как туристической фирме не хватает собственных средств для орга-

низации данного проекта ООО «ПЕЛАРГОС» заключит соглашение с двумя туристскими фирмами г. Белгорода на организацию пула. Таким образом, размер инвестиционных затрат каждой фирмы будет составлять 33,33% от общей суммы необходимых инвестиций.

Постоянные затраты туристической фирмы ООО «ПЕЛАРГОС» на реализацию инвестиционного проекта по организации чартерных авиаперевозок представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4

Постоянные затраты на реализацию проекта, период июнь-сентябрь,
тыс. руб.

Статья затрат	Месяц				
	май	июнь	июль	август	сентябрь
Рекламные мероприятия	100	20	20	20	-
Расходы на аренду чартера	3214,08	6428,16	6071,04	5713,92	2856,96
Страхование профессиональной ответственности туроператора	25,0				
Итого:	3339,08	6448,16	6091,04	5733,92	2956,96

Таким образом, к основным постоянным затратам относятся затраты на аренду чартера. Общая сумма постоянных затрат будет изменяться по месяцам и составит в мае 3 339,08 тыс. руб., в июне 6 448,16 тыс. руб.

Переменные затраты предприятия на реализацию проекта представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5

Переменные затраты на реализацию проекта,
период июнь-сентябрь, 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	15,0				
Итого:	41,04	13,02	13,02	13,02	13,02

Переменные затраты по проекту включают расходы на оплату труда персонала, отчисления с фонда оплаты труда (30,2%), а также управленческие расходы.

В результате организации чартерного направления в г. Анапа туристическая фирма ООО «ПЕЛАРГОС» 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 3.6.

Таблица 3.6

Прогноз объема продаж, июнь-сентябрь

Месяц	Кол-во рейсов	Загрузка 1-го рейса «туда-обратно»	Кол-во пассажиров, чел.	Выручка, тыс. руб.
Июнь	18	45% - 55%	72-88	4201,6
Июль	18	60%-100%	96-160	10614,4
Август	16	90% - 100%	144-160	12062,4
Сентябрь	16	45% - 80%	72-128	5049,6
итого	68			31928

В таблице 3.6 представлен прогноз продаж для объединения туроператоров. Несмотря на большое количество рейсов организованных в июне – 18, общая выручка будет небольшой, что связано с низкой загруженностью рейсов в начале курортного сезона в данном направлении и низкой стоимостью билетов – от 2600 руб. до 3 200 руб. В июле увеличивается стоимость билета до 4 200 руб. и загруженность салона самолета до 100%.

На основе таблицы 3.6 можно сделать вывод, что на конец периода реализации туристическая фирма ООО «ПЕЛАРГОС» получит выручку в размере 31 928,0 тыс. руб.

В приложении 14 представлен прогноз загрузки рейсов на весь период реализации проекта. Средняя загруженность рейсов за период реализации

проекта чартерных рейсов по направлению Белгород – Анапа составит по прогнозу 78%, средняя стоимость одного пассажирского места равна 3600 руб. В течение периода продаж цена на билет будет колебаться от 2 600 руб. до 4 400 руб. в зависимости от даты полета. Билеты будут продаваться по невозвратному тарифу, что будет способствовать повышению рентабельности продаж, и позволит держать низкую стоимость авиаперелета по маршруту Белгород – Анапа.

Для того чтобы проанализировать эффективность капитальных вложений в проект по организации чартерных авиаперевозок, необходимо получить исходные данные. Эти данные состоят из анализа ожидаемых объемов реализации, постоянных и переменных затрат, выручки и чистой прибыли предприятия от реализации данного проекта, а также чистых денежных потоков (табл. 3.7).

Таблица 3.7

Расчет чистой прибыли по проекту, тыс. руб.

Статья затрат	Месяц				
	май	июнь	июль	август	сентябрь
Рекламные мероприятия	100	20	20	20	-
Расходы на аренду чартера	3214,08	6428,16	6071,04	5713,92	2856,96
Страхование профессиональной ответственности туроператора	25,0	-	-	-	-
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	15,0	-	-	-	-
Всего затраты	3380,12	6461,18	6104,06	5746,94	2869,98
Выручка	-	4201,6	10614,4	12062,4	5049,6
Прибыль	-3380,12	-2259,58	4543,36	6348,48	2192,64
Чистая прибыль	-3380,12	-2259,58	3634,688	5078,784	1754,112

Стоимость чартерной программы составит 24 284,16 тыс. руб. (68 рейсов по 357,12 тыс. руб.), средняя стоимость одного пассажирского места составит 3600 за период реализации проекта 4 месяца.

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

Получив данные по инвестиционному проекту включающие чистые денежные потоки за каждый месяц реализации, можно провести анализ эффективности капитальных вложений фирмы с использованием показателя чистой современной стоимости.

Таблица 3.8

Исходные данные для анализа эффективности
капитальных вложений по проекту

Показатель	Значение
стоимость 1 рейса, тыс. руб.	357,12
количество рейсов	68
стоимость чартерной программы, тыс. руб.	24 284,16
планируемая средняя загрузка рейса	78%
среднее число проданных мест на рейсе	126
планируемая выручка, тыс. руб.	31 928,0
валовая прибыль, тыс. руб.	7 643,84

Чистая современная стоимость – это разница всех операционных и инвестиционных денежных потоков, учитывающее дополнительно стоимость использованного капитала.

Данный показатель проекта будет положительным, а значит сам проект – эффективным, если проект покрывает затраты, а также приносит владельцам капитала доход не ниже, чем они потребовали, то есть, не ниже ставки дисконтирования.

Анализ эффективность капитальных вложений, на основе показателя NPV представлен в таблице 3.9.

Таким образом, на основе таблицы можно сделать вывод, что окупаемость инвестиционного проекта наступит на третьем месяце его реализации фирмой. Чистая современная стоимость проекта (NPV) составит 4 180,255

тыс. руб. > 0.

Таблица 3.9

Анализ эффективности капитальных вложений с использованием показателя NPV

Периоды	Начальные инвестиционные затраты и чистые денежные потоки, руб.	Дисконтированный множитель при ставке r , равной 30%	Современная стоимость, тыс.руб.	Современная стоимость с нарастающим итогом, тыс.руб.
0	-3380,12	1	-3380,12	
1	-2259,58	0,97561	-2204,47	-3380,12
2	3634,688	0,951814	3459,548	-5584,59
3	5078,784	0,928599	4716,156	-2125,04
4	1754,112	0,905951	1589,139	2591,116
NPV				4180,255

Индекс рентабельности (PI) равен 1,34. Данный показатель характеризует уровень доходов от проекта на единицу затрат.

В таблице 3.10 представлены данные для расчета оценки эффективности мобильного приложения по критерию срока окупаемости.

Таблица 3.10

Расчет эффективности реализации мобильного приложения по критериям PP и DPP

Год	Денежный поток, тыс. руб.	Дисконтирующий множитель при ставке $r=30\%$	Дисконтированный денежный поток (PV), тыс. руб.	Кумулятивное возмещение инвестиции для потока, тыс. руб.	
				исходного (PP)	дисконтированного (DPP)
0	-3380,12	1	-3380,12	-3380,12	-3380,12
1	-2259,58	0,97561	-2204,47	-5639,7	-5584,59
2	3634,688	0,951814	3459,548	-2005,01	-2125,04
3	5078,784	0,928599	4716,156	3073,772	2591,116
4	1754,112	0,905951	1589,139	4827,884	4180,255

Срок окупаемости проекта организации чартерных рейсов равен 2 месяца 25 дней, дисконтированный срок окупаемости равен 3 месяца (рис. 3.1).

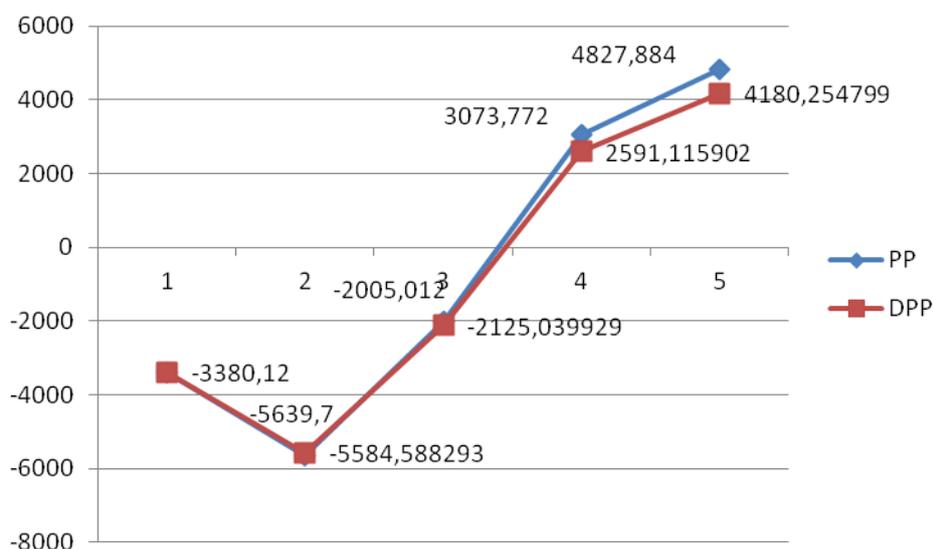


Рис. 3.1. Срок окупаемости проекта

Таким образом, на основе расчетов можно сделать вывод о том, что инвестиционный проект окупает свои первоначальные затраты и экономически эффективен.

IRR (Internal Rate of Return, IRR) определяет максимальную стоимость привлекаемого капитала, при которой инвестиционный проект остается выгодным. IRR рассчитывается как значение ставки дисконтирования, при которой $NPV=0$.

В другой формулировке, это средний доход на вложенный капитал, обеспечиваемый данным инвестиционным проектом, т.е. эффективность вложений капитала в данный проект равна эффективности инвестирования под IRR процентов в какой-либо финансовый инструмент с равномерным доходом. Расчёт показателя внутренней нормы доходности произведен в таблице 3.11.

Значение IRR больше ставки дисконтирования, используемой для приведения стоимости будущих свободных денежных потоков, генерируемых проектом, следовательно инвестирование в такой проект даст положительную приведенную стоимость, и инвестирование в такой проект имеет экономическую целесообразность.

Проведенный анализ чувствительности проекта позволяет сделать вы-

вод о том, что данный проект обладает достаточно высокой надежностью и безопасностью реализации.

Таблица 3.11

Исходные данные для показателя внутренней нормы доходности

Год	Поток, тыс. руб.	Расчет 1		Расчет 2		Расчет 3		Расчет 4	
		r=161%	PV, тыс. руб.	r=164%	PV, тыс. руб.	r=162%	PV, тыс. руб.	r=163%	PV, тыс. руб.
0	-1441,04	1		1	-	1	-	1	-
1	-1981,92	0,621	-1441,04	0,610	-1441,04	0,617	-1441,04	0,613	-1441,04
2	3653,12	0,386	-1231,01	0,372	-1208,49	0,381	-1223,41	0,376	-1215,90
3	4427,52	0,240	1409,33	0,227	1358,24	0,235	1391,98	0,231	1374,96
4	1766,40	0,149	1060,92	0,138	1003,76	0,145	1041,39	0,142	1022,35
			262,90		244,18		256,47		250,23
NPV			61,10		-43,35		25,40		-9,41
IRR = 162,47%									
IRR = 162,76%									

Данный проект предполагает организации чартерных рейсов по маршруту Белгород – Анапа на период июнь – сентябрь, проект даёт следующие финансовые результаты:

IRR – внутренняя норма доходности – 162,47%;

NPV – чистая приведенная стоимость за 5 лет – 4 180,25 тыс. руб.;

DR – ставка дисконтирования – 30%;

DPP – диск. срок окупаемости – 3 месяца;

PI – индекс прибыльности – 1,34.

Таким образом, срок окупаемости предлагаемого проекта организации чартерных рейсов с учетом коэффициента дисконтирования составляет 3 месяца. Можно сделать вывод, что инвестиционный проект по организации чартерных авиаперевозок окупает свои первоначальные затраты и экономически эффективен.

Заключение

В настоящее время авиационное сообщение является наиболее востребованным видом перевозки туристов, что обусловлено расширением географии путешествий, а также экономией времени нахождения в пути. Однако, по данным Минспорттуризма России, авиаперелеты на южные курортные направления организованы недостаточно эффективно с точки зрения расписания и ценовой политики.

В целях формирования устойчивых туристических потоков необходима проработка вопросов организации авиасообщения между основными курортами юга России и крупными региональными центрами, а также оптимизации стоимости авиаперевозок на курорты Краснодарского края и Кавказских Минеральных Вод из городов Центральной России, Урала, Сибири и Дальнего Востока.

Развитие внутреннего туризма России находится в непосредственной зависимости от состояния рынка внутренних авиаперевозок. На сегодняшний день на рынке внутреннего туризма России существует проблема нехватки низкобюджетных авиаперевозок и недостаточное количество межрегиональной перевозки

Россия – огромная в сравнении с небольшими государствами Западной Европы страна. Расстояния между отдельными регионами крайне велики, поэтому более оптимально преодолевать их самолетами. Кроме того, здесь имеются достаточно дикие уголки, где иное сообщение, кроме воздушного, вообще невозможно. И все-таки, несмотря на явные предпосылки к активному развитию рынка, страна заметно отстает в данной отрасли от западных партнеров, хотя на текущий момент времени наметилась тенденция к улучшению ситуации на местном рынке авиаперевозок.

В июле 2014 г. Правительство РФ утвердило дорожную карту развития региональных авиаперевозок до 2020 г. Дорожной картой предусмотрено, что к 2015 г. объем перевозок пассажиров по внутренним направлениям увели-

чится до 45 млн., по региональным – до 6–7 млн. пассажиров. При этом произойдет увеличение региональных линий до 1500 единиц.

С развитием массового туризма чартерные рейсы приобрели новое направление развития – перевозку туристов в курортные и туристические города.

Во второй главе дипломного проекта была рассмотрена организационно-экономическая характеристика и проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «ПЕЛАРГОС». 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.

На сезон 2015 года аналитики туристского рынка прогнозируют, 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.

Пляжный отдых на курортах Черноморского побережья, а также отдых в санаторно-курортных комплексах курортного региона Кавказских Минеральных Вод – один из наиболее распространенных видов туризма на территории Российской Федерации.

Проведя анализ предлагаемых путевок в санатории, расположенные на побережье Черного моря, мы пришли к выводу, что актуально будет организовать чартерные рейсы в г. Анапа. Многие туристские фирмы г. Белгорода предлагают летний отдых именно в санаториях, расположенных вблизи г. Анапа. В результате организации чартерного направления в г. Анапа туристическая фирма ООО «ПЕЛАРГОС» получит возможность увеличения сво-

их финансовых показателей, а также увеличит возможности бизнеса и расширения своей деятельности.

В качестве авиакомпании, с которой будет заключен договор фрахтования воздушного судна выбрана авиакомпания «Победа», которая входит в Группу «Аэрофлот», реализуя проект классического низкобюджетного авиаперевозчика. Работа компании направлена на повышение мобильности населения и транспортной доступности регионов России.

С учетом сезонности предоставляемой услуги и продолжительности туристического сезона страны пребывания, срок реализации проекта 4 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 – по понедельникам и четвергам. Это позволит формировать туры различной продолжительностью. Спрос в данном направлении превышает предложение и предлагаемый чартерный рейс будет пользоваться популярностью.

Для реализации инвестиционного проекта организации чартерных авиаперевозок необходима аренда чартерного самолета по направлению Белгород – Анапа, Анапа – Белгород, со временем в пути 1 час 35 минут. Стоимость аренды составляет 357,12 тыс. руб. за один рейс. Размер первоначальных инвестиций составляет 3 380,12 тыс. рублей. Стоимость оплаты чартерных рейсов, включенная в сумму первоначальных инвестиций составляет 3 214,08 тыс. руб. и она включает в себя стоимость 50% рейсов туда-обратно по маршруту Белгород – Анапа за июнь месяц. Первоначальные затраты на продвижение продукта составляют 100,0 тыс. руб., постоянные затраты на рекламу 20,0 тыс. руб.

Так как туристической фирме не хватает собственных средств для организации данного проекта ООО «ПЕЛАРГОС» заключит соглашение с двумя туристскими фирмами г. Белгорода на организацию пула. Таким образом, размер инвестиционных затрат каждой фирмы будет составлять 33,33% от общей суммы необходимых инвестиций.

Средняя загруженность рейсов за период реализации проекта чартерных рейсов по направлению Белгород – Анапа составит по прогнозу 78%, средняя стоимость одного пассажирского места равна 3600 руб. В течение периода продаж цена на билет будет колебаться от 2 600 руб. до 4 400 руб. в зависимости от даты полета. Билеты будут продаваться по невозвратному тарифу, что будет способствовать повышению рентабельности продаж, и позволит держать низкую стоимость авиаперелета по маршруту Белгород – Анапа.

Данный проект предполагает организации чартерных рейсов по маршруту Белгород – Анапа на период июнь – сентябрь, проект даёт следующие финансовые результаты:

IRR – внутренняя норма доходности – 162,47%;

NPV – чистая приведенная стоимость за 5 лет – 4 180,25 тыс. руб.;

DR – ставка дисконтирования – 30%;

DPP – диск. срок окупаемости – 3 месяца;

PI – индекс прибыльности – 1,34.

Таким образом, срок окупаемости предлагаемого проекта организации чартерных рейсов с учетом коэффициента дисконтирования составляет 3 месяца. Можно сделать вывод, что инвестиционный проект по организации чартерных авиаперевозок окупает свои первоначальные затраты и экономически эффективен.

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. Абрютина, Н. С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия [Текст] : учебное пособие / Н. С. Абрютина, А. В. Грачев – М. : Издательство «Дело и сервис», 2010. – 256 с.
6. Авиакомпания «Победа» [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.pobeda.aero/ru/> (дата обращения 13.04.2016)
7. Алексеев, М. М. Планирование деятельности фирмы [Текст] : учебно-методическое пособие для студентов / М. М. Алексеев – М. : Финансы и статистика, 2014. – 248 с.
8. Аэропорт Анапа [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://basel.aero/anapa/about/ap/> (дата обращения 11.03.2016)
9. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в

сфере туризма : Учебное пособие. – М. : Инфра-М, 2013. – 180 с.

10. Береснев, И. Анализ развития рынка перевозки пассажиров в 2015-2034 годах / И. Береснев [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://avia.pro/blog/analiz-razvitiya-rynka-perevozki-passazhirov-v-2015-2034-godah> (дата обращения 15.04.2016)

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

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

13. Быкадаров, В. Л. Финансово-экономическое состояние предприятия [Текст] : учебник для вузов / В. Л. Быкадаров, П. Д. Алексеев. – М. : ПРИОР, 2013. – 306 с.

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

15. Веткин, В. А. Технология создания туристского продукта [Текст] : учебное пособие / В. А. Веткин. – М. : МарТ, 2013. – 224 с.

16. Гальченко, А. Исследование рынка воздушных перевозок России [Текст] / А. Гальченко, В. Тегин // Авиационная техника. – 2015. – № 11. – С. 15-17.

17. 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», 2013. – 276 с.

18. Гуляев, В. Г. Организация туристских перевозок [Текст] / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 512 с.

19. Деркач, О. Я. Какой ресурс нужен коммерческому самолету? [Текст] / О. Я. Деркач // Авиаглобус. – 2015. – № 8 (28). – С. 8.

20. 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)

21. Измайлова, Н. Роль персонала в деятельности туристской фирмы [Текст] / Н. Измайлова // Туристские фирмы. – 2015. – №4. – С. 38.

22. Ильин, В. И. Воздушные перевозки в зарубежных странах. [Текст] : учебник / В. И. Ильин. - М. : АСТ, 2013. – 95 с.

23. Истомина, Э. Г. Внутренний туризм и туристские ресурсы России / Э. Г. Истомина, М. Г. Гришунькина. – М. : РГГУ, 2015. – 288 с.

24. Итоги развития туризма в 2015 году [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gotours.pro/tourizm2015.html> (дата обращения 11.03.2016)

25. Кабушкин, Н. И. Менеджмент в туризме [Текст] : учебное пособие / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – Мн. : «Новое знание», 2014. – 215 с.

26. Калашников, И. В. Общие договорные принципы организации туров [Текст] / И. В. Калашников // Турифо. – 2014. - № 13. – С. 22-26.

27. 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, 2013. – 288 с.

28. Киселенко, А. Методы анализа и моделирования развития транспортной системы регионов [Текст] / А. Киселенко, Е. Сундуков // Региональная экономика. – 2015. – № 11. – С. 2-7.

29. Клочков, В. Прогнозирование спроса на продукцию авиационной промышленности в современных условиях [Текст] / В. Клочков // Проблемы прогнозирования. 2014. – № 2. – 15 с.

30. Королев, А. Большой бум [Текст] / А. Королев // Top Flight – 2014. – №1. – 116 с.

31. Косолапов, А. Б. География российского внутреннего туризма [Текст] : учеб-метод. пособие / А. Б. Косолапов - 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2011. – 272 с.

32. Костюченко, Ю. Развитие лоукостеров в России. Финальный отчёт / Ю. Костюченко [Электронный ресурс] – Режим доступа :

<http://avia.pro/blog/razvitie-loukosterov-v-rossii-finalnyy-otschyot> (дата обращения 13.04.2016)

33. Кружалин, В. И. Туризм и рекреация на пути устойчивого развития [Текст] / В. И. Кружалин. – М. : Советский Спорт, 2014. – 430 с.

34. Крутик, Н. П. Предпринимательство в сфере сервиса [Текст] : учебник / Н. П. Крутик. – М. : Издательский центр «Академия», 2014. – 160 с.

35. Кусков, А. С. Основы туризма [Текст] : учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – М. : КноРус, 2013. – 400 с.

36. Любушин, Н. П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учебное пособие / Н. П. Любушин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 448 с.

37. Макастрова, Н. Как привлечь туристов и стать туристическим брендом в России [Текст] / Н. Макастронова. – М. : ООО Консалтинговая компания «Конкретика», 2014. – 400 с.

38. Малахова, М. С. Инновации в туризме и сервисе [Текст] : учеб. пособие / М. С. Малахова. – М. : Феникс, 2013. – 244 с.

39. Маркарьян, Э. А. Экономический анализ хозяйственной деятельности. [Текст] : учебное пособие для студентов / Э. А. Маркарьян. – М. : КНОРУС, 2014. – 304 с.

40. 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)

41. Мощенко, Н. Анализ финансовой отчетности на предприятии [Текст] / Н. Мощенко // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – № 6. – С. 22-25.

42. Обзор рынка пассажирских авиаперевозок [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.qbfin.ru/markets_review_3.html (дата обращения 11.04.2016)

43. Организация туризма [Текст] : учеб. пособие / Под ред. Н. И. Кабушкина. – Минск : Новое знание, 2013. – 632 с.

44. Падение рубля изменит российский туризм: в живых останутся не все [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.svali.ru/index.php?index=11&ts=141229155656> (дата обращения 17.03.2016)

45. Панкевич, С. Оценка финансовой устойчивости предприятия [Текст] / С. Панкевич // Планово-экономический отдел – 2010. – № 10. – С. 66-69.

46. Пилипенко, Г. П. Развитие туристкой индустрии России в современных условиях [Текст] / Г. П. Пилипенко // Туризм: право и экономика. – 2014. - № 6 (13). – С. 11-15.

47. Победа рапортует о росте пассажиропотока [Электронный ресурс] – Режим доступа :<http://lowcosts.ru/airlines-news/airlines/2671-05-05-2015.php> (дата обращения 17.03.2016)

48. Прогноз мирового и российского рынка авиаперевозок [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.aviaport.ru/news/2014/254185.html> (дата обращения 13.04.2016)

49. Прогнозы экспертов: Что ждёт отрасль в 2015 году? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.trn-news.ru/news/16419> (дата обращения 17.03.2016)

50. Развивающийся рынок авиаперевозок и его зависимость от роста городов [Электронный ресурс] – Режим доступа : Подробнее на: <http://avia.pro/blog/prognoz-razvitiya-rynka-aviaperevozok-2015-2033-gg> (дата обращения 13.04.2016)

51. Романенко, И. В. Экономика предприятия [Текст] : учебник для студентов / И. В. Романенко – М. : Финансы и статистика, 2013. – 271 с.

52. Российский туризм 2015: неутешительные итоги [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.epochtimes.ru/turizm-2015-itogi-98962333/> (дата обращения 17.03.2016)

53. Рыжкин, С. Летный ресурс [Текст] / С. Рыжкин // Коммерсантъ. Business guide, 2014. – № 151. – С. 15-18.

54. Рынок авиаперевозок: динамика развития в России [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.utravel.ru/events/_aview_b7677548cat14 (дата обращения 13.04.2016)

55. Рынок внутренних авиаперевозок оказывает серьезное влияние на развитие внутреннего туризма России [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://prootel.ru/obschaya/ryinok-vnutrennih-aviaperevozok-okazyivaet-serезное-vliyanie-na-razvitie-vnutrennego-turizma-r-2/> (дата обращения 13.04.2016)

56. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учебное пособие / Г. В. Савицкая – Мн. : Новое знание, 2013. – 687 с.

57. Сенин, В. С. Туристский бизнес [Текст] : учебное пособие для вузов / В. С. Сенин, А. В. Денисенко – М. : Финансы и статистика, 2015. – 115 с.

58. Федоров, В. А. Современное состояние туристской транспортной системы и перспективы ее развития на базе интеграционных транспортных моделей / В. А. Федоров // Современные технологии управления, 2014. - № 10 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://sovman.ru/all-numbers/archive-2014/october2014/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)

59. Хелферт, Э. Техника финансового анализа [Текст] : учебник / Э. Хелфет. Под ред. Л. П. Белых. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 2014. – 311 с.

60. Цветикова, В. М. Анализ деятельности туристических фирм / В. М. Цветикова [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://otherreferats.allbest.ru/sport/00148396_0.html (дата обращения 12.02.2016)

61. Цыренова, А. А. Менеджмент [Текст] : учебно-методическое пособие / А. А. Цыренова. – М. : Издательство ВСГТУ, 2015. – 114 с.

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

63. Что такое Low Cost (бюджетные авиакомпании) [Электронный ре-

сурс] – Режим доступа : http://www.airlines-inform.ru/useful/CHto_takoe_Low_Cost_byudzhetye_aviakompanii.html (дата обращения 15.04.2016)

64. Что такое чартер? [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.biletvip.ru/spravkamain/aboutcharter> (дата обращения 13.04.2015)

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

66. Чудновский, А. Д. Туризм и гостиничное хозяйство [Текст] : учебное пособие / А. Д. Чудновский. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 50 с.

67. Шеремет, А. Д. Финансы предприятий [Текст] : учебник для вузов / А. Д. Шеремет, А. Ф. Ионова – М. : ИНФРА-М, 2013. – 538 с.

68. Evans N., Campbell D., Stonehouse G. Strategic Management for Travel and Tourism [Text]. Butterworth-Heinemann; 2013. – 440 p.

Приложения

Структура сборов с авиакомпаний

Наименование сбора	Порядок начисления
1	2
Аэронавигационные сборы	
За аэронавигационное обслуживание на воздушных трассах	Зависит от длины трассы и максимальной взлетной массы
За аэронавигационное обслуживание на местных воздушных линиях	Зависит от максимальной взлетной массы и времени полета
За аэронавигационное обслуживание в районе аэродрома	Зависит от максимальной взлетной массы
Аэропортовые сборы	
Сбор за взлет-посадку	Зависит от максимальной взлетной массы
Сбор за обеспечение авиационной безопасности	Зависит от максимальной взлетной массы
Сбор за пользование аэровокзалом	Ставка сбора устанавливается на одного пассажира
Сбор за метеообеспечение	Ставка сбора устанавливается на один самолето-вылет ВС
Платежи за наземное обслуживание	
Регистрация пассажиров, оформление и выдача багажа, пограничный и таможенный контроль, транспортировка пассажиров из здания аэровокзала к ВС и обратно, погрузка, разгрузка и транспортировка багажа между зданием аэровокзала и ВС	Ставка сбора устанавливается на одного убывающего пассажира
Платежи за обработку грузов	Тариф устанавливается на один килограмм обработанного (прибывающего и убывающего) груза (почты)
Платежи за посадку или высадку пассажиров	За подачу трапа
Платежи за доставку пассажиров	Тариф устанавливается на одно транспортное средство по типам
Платежи за обеспечение бортипитания	Тариф устанавливается на одно обслуживание по типам ВС
Платежи за VIP-обслуживание пассажиров	Плата определяется на основе количества убывающих, прибывающих и транзитных пассажиров
Платежи за персональную охрану воздушного транспорта	Тариф устанавливается на один час охраны ВС независимо от его типа
Платежи за персональное сопровождение пассажиров	Тариф устанавливается на одного пассажира
Платежи за штурманское обеспечение полетов	Тариф устанавливается на каждый вид услуг
Платежи за медицинский осмотр членов экипажа	Тариф устанавливается на одного человека
Платежи за доставку экипажа	Тариф устанавливается на одно обслуживание экипажа независимо от типа ВС

Продолжение прил. 1

1	2
Платежи за обеспечение авиаГСМ	Тариф устанавливается на одну тонну авиа-ГСМ
Платежи за временную стоянку на аэродроме или в ангаре	Тариф устанавливается на одни сутки или один час стоянки по типам ВС
Платежи за техническое обслуживание воздушного судна по формам регламента	Тарифная ставка устанавливается на единицу нормо-час по типам ВС
Платежи за обслуживание по формам обеспечения вылета и встречи	Тарифная ставка устанавливается на единицу нормо-час по типам ВС
Платежи за обеспечение приемки и выпуска, платежи за буксировку	Тариф устанавливается на одно обслуживание по типам ВС
Платежи за внутреннюю уборку и обслуживание санузлов, за заправку питьевой водой, за подачу электроэнергии, за кондиционирование	Тариф устанавливается на одно обслуживание по типам ВС

50 крупнейших чартерных авиакомпаний мира

№	Авиакомпания	Страна	Кол-во пасс (млн.)	Пасс/ оборот,
1.	1	2	3	4
2.	TUI Group	Европа	22,1	71 018
3.	Thomas Cook Airlines	Европа	10,9	35 753
4.	Air Berlin Group	Германия	10,6	
5.	Air Transat	Канада	3,2	13 727
6.	Transavia Airlines	Нидерланды	2,8	6 727
7.	Monarch Airlines	Великобритания	2,5	8 237
8.	Travel Service Airlines	Чехия	1,8	3 821
9.	SAS Group	Швеция	1,4	3 797
10.	Air Mediterranee	Франция	1,3	
11.	Tunisair	Тунис	1,3	1 828
12.	Meridiana Fly	Италия	1,3	
13.	Iberworld Airlines	Испания	1,2	3 534
14.	Finnair	Финляндия	1,1	4 646
15.	Pegasus Airlines	Турция	1,1	
16.	Austrian	Австрия	1,0	1 842
17.	Iran Air	Иран	0,9	1 596
18.	World Airways	США	0,9	4 278
19.	Neos	Италия	0,9	
20.	Omni Air International	США	0,8	3 987
21.	Air Europa	Испания	0,8	2 131
22.	Saudi Arabian Airlines	Сауд.Аравия	0,8	3 340
23.	Blue Panorama Airlines	Италия	0,8	
24.	Ukraine International	Украина	0,7	1 281
25.	Spanair	Испания	0,7	1 159
26.	Turkish Airlines	Турция	0,6	1 153
27.	Magnicharters	Мексика	0,6	
28.	Livingston	Италия	0,6	1 619
29.	Edelweiss Air	Швейцария	0,6	1 291
30.	Sun Express	Турция	0,6	1 418
31.	Aegean Airlines	Греция	0,5	868
32.	Уральские авиалинии	Россия	0,5	1 579
33.	S7 Airlines	Россия	0,5	1 624
34.	Asiana Airlines	Южная Корея	0,5	595
35.	LOT Polish Airlines	Польша	0,5	860
36.	Swiss	Швейцария	0,4	748
37.	Allegiant Air	США	0,4	459
38.	Egyptair	Египет	0,4	389
39.	China Airlines	Тайвань	0,4	918

Продолжение прил. 2

40.	1	2	3	4
41.	North American Airlines	США	0.3	2 779
42.	Korean Air	Южная Корея	0.3	837
43.	Novair	Швеция	0.3	
44.	AeroMexico	Мексика	0.3	419
45.	TransAsia Airways	Тайвань	0.3	664
46.	Miami Air International	США	0.3	571
47.	Garuda Indonesia	Индонезия	0.3	2 149
48.	Adria Airways	Словения	0.2	321
49.	Ryan International Airlines	США	0.2	1 261
50.	Air Malta	Мальта	0.1	178
51.	Jat Airways	Сербия	0.1	173

Крупнейшие авиакомпании России по пассажирообороту
по итогам 2015 года

№	Авиакомпания	Пасс/ оборот, тыс. пасс/км	Прирост к 2014 г.,
1.	Аэрофлот	67 121 707,00	11,4
2.	ЮТэйр	20 198 947,90	20,4
3.	Сибирь (S7 Airlines)	15 582 789,00	9,8
4.	Северный ветер	13 401 739,30	-0,2
5.	Уральские авиалинии	13 327 154,40	13,2
6.	Россия	10 147 404,00	10,5
7.	Оренбургские авиалинии	8 471 008,40	-22,9
8.	Икар	6 059 896,00	400,8
9.	Глобус	5 559 313,00	3,6
10.	Когалымавиа	4 043 291,60	18,8
11.	ВИМ авиа	3 389 297,10	10,2
12.	Ай Флай (I fly)	3 307 902,50	-5,7
13.	Ямал	2 899 723,10	13,6
14.	Норд Стар (Таймыр)	2 868 556,10	-14,6
15.	Якутия	2 512 343,10	-23,6
16.	Донавиа	2 447 994,10	22,3
17.	Роял Флайт (Royal Flight)	2 044 015,90	
18.	Аврора	1 745 048,60	400,9
19.	Ред Вингз	1 417 829,30	84,3
20.	Нордавиа	971 092,90	-2,2
21.	Алроса	655 043,30	51,9
22.	Газпромавиа	619 359,40	-16,7
23.	РусЛайн	599 242,80	-14
24.	ЮТэйр Экспресс	568 016,50	137,1
25.	Саратовские авиалинии	567 237,00	26,5
26.	АК Барс аэро	439 525,30	-10,3
27.	Ижавиа	426 953,40	40,8
28.	ИрАэро	331 179,10	-4,5
29.	Ангара	292 912,40	29,9

Крупнейшие авиакомпании России по количеству перевезенных пассажиров
по итогам 2015 года

№	Авиакомпания	Кол-во пасс, чел	Прирост к 2014 г.,
1.	Аэрофлот	23 610 036	13
2.	ЮТэйр	8 564 340	4,7
3.	Сибирь (S7 Airlines)	7 938 199	12
4.	Россия	5 191 783	13,1
5.	Уральские авиалинии	5 160 588	16,8
6.	Северный ветер (Nordwind)	4 472 038	22,3
7.	Оренбургские авиалинии	3 034 659	-3,4
8.	Глобус	2 127 931	-1,2
9.	Донавиа	1 736 153	28,3
10.	ВИМ авиа	1 613 970	16
11.	Ямал	1 450 355	11,5
12.	Когалымавиа	1 344 174	13,2
13.	Икар	1 236 596	340
14.	Таймыр (Nordstar)	1 104 938	-11,1
15.	Аврора	1 050 637	220
16.	Ай Флай	970 368	-7,2
17.	Якутия	968 026	-11,9
18.	Ред Вингз	919 186	160,6
19.	ЮТэйр Экспресс	807 325	140,4
20.	Нордавиа	763 264	-0,3
21.	РусЛайн	626 155	10,5
22.	Роял Флайт (Royal Flight)	624 426	
23.	Саратовские авиалинии	519 096	25,8
24.	АК Барс Аэро	349 130	-10
25.	Ижавиа	327 800	35,7
26.	Газпромавиа	319 496	-17,3
27.	Ангара	291 690	27,7
28.	Ираэро	268 761	8,6
29.	Алроса	261 341	33,1

100 крупнейших авиакомпаний мира 2015 г.

№	Авиакомпания	Страна	Пасс/ оборот, млн. пасс/км	Кол-во пасс., млн. чел.	Кол-во возд. судов, шт.
1.	1	2	3	4	5
2.	Delta Air Lines	США	313 736	164.7	759
3.	United Airlines	США	287 305	90.3	698
4.	Emirates	ОАЭ	215 353	44.5	209
5.	American Airlines	США	206 616	87.0	631
6.	Southwest Airlines	США	168 078	133.2	676
7.	Lufthansa	Германия	153 334	76.3	281
8.	Air France	Франция	136 435	47.8	241
9.	British Airways	Великобритания	131 333	40.0	266
10.	China Southern Airlines	Китай	121 786	71.1	462
11.	China Eastern Airlines	Китай	120 461	79.1	256
12.	US Airways	США	105 571	56.8	343
13.	Air China	Китай	104 234	52.0	296
14.	Ryanair	Ирландия	100 000	81.7	303
15.	Singapore Airlines	Сингапур	95 064	18.6	104
16.	Cathay Pacific	Гонконг	93 691	21.4	136
17.	Turkish Airlines	Турция	92 003	48.3	228
18.	Air Canada	Канада	91 372	35.8	162
19.	KLM	Нидерланды	89 039	26.6	113
20.	Qatar Airways	Катар	82 438	19.4	132
21.	Qantas	Австралия	72 921	22.6	124
22.	Korean Air	Южная Корея	68 361	23.6	155
23.	EasyJet	Великобритания	67 573	60.8	200
24.	All Nippon Airways	Япония	66 775	45.7	181
25.	Thai Airways	Тайланд	63 479	21.5	88
26.	Аэрофлот	Россия	60 226	20.9	144
27.	TAM Linhas Aereas	Бразилия	59 255	37.4	157
28.	JetBlue Airways	США	57 660	30.5	197
29.	Etihad Airways	ОАЭ	55 500	11.5	94
30.	Japan Airlines	Япония	49 163	24.1	118
31.	AirBerlin	Германия	48 575	31.5	102
32.	Malaysia Airlines	Малайзия	47 286	17.2	96
33.	Saudia	Сауд. Аравия	47 038	25.3	164
34.	LAN Airlines	Чили	47 000	29.5	81
35.	Alaska Airlines	США	42 111	19.7	136

Продолжение прил. 5

36.	1	2	3	4	5
37.	Iberia	Испания	41 493	10.6	72
38.	Virgin Atlantic Airways	Великобритания	39 538	5.9	42
39.	Alitalia	Италия	35 570	24.0	103
40.	Swiss International Airlines	Швейцария	35 093	16.0	64
41.	Shenzhen Airlines	Китай	34 724	23.8	138
42.	GOL Transportes Aereas	Бразилия	34 684	36.3	132
43.	China Airlines	Тайвань	34 210	12.2	76
44.	Lion Air	Индонезия	33 500	34.1	103
45.	Air India	Индия	32 902	15.6	91
46.	Asiana Airlines	Южная Корея	32 751	15.3	84
47.	Thomson Airways	Великобритания	31 575	10.5	58
48.	WestJet Airlines	Канада	31 522	18.5	106
49.	Virgin Australia	Австралия	31 300	19.3	100
50.	Avianca	Колумбия	31 197	24.6	74
51.	Hainan Airlines	Китай	30 422	16.6	121
52.	Jet Airways	Индия	29 747	17.2	79
53.	SAS	Швеция	28 854	25.4	144
54.	Jetstar	Австралия	28 673	16.8	72
55.	TAP Portugal	Португалия	28 152	10.7	59
56.	Garuda Indonesia	Индонезия	27 754	19.6	118
57.	Air New Zealand	Новая Зеландия	27 733	13.4	50
58.	EVA Air	Тайвань	27 681	8.0	63
59.	ExpressJet Airlines	США	27 115	33.0	412
60.	Norwegian	Норвегия	26 881	20.7	89
61.	Sichuan Airlines	Китай	26 665	16.7	89
62.	AirAsia	Малайзия	25 333	21.9	78
63.	Aeromexico	Мексика	25 010	15.5	61
64.	Vietnam Airlines	Вьетнам	25 000	14.7	81
65.	Finnair	Финляндия	24 776	9.3	45
66.	Condor	Германия	24 621	6.8	41
67.	Xiamen Airlines	Китай	24 210	18.6	104
68.	SkyWest Airlines	США	24 061	27.1	339
69.	Copa Airlines	Панама	23 383	7.8	75
70.	South African Airways	ЮАР	23 124	7.1	54
71.	IndiGo	Индия	22 856	19.2	78
72.	Hawaiian Airlines	США	22 007	9.9	48
73.	Thomas Cook Airlines	Великобритания	19 809	6.1	34

Продолжение прил. 5

74.	1	2	3	4	5
75.	Air Europa	Испания	19 427	8.7	50
76.	Spirit Airlines	США	19 310	12.4	57
77.	Egyptair	Египет	18 914	9.4	59
78.	El Al	Израиль	18 676	4.4	35
79.	Ethiopian Airlines	Эфиопия	18 424	5.2	58
80.	Wizz Air	Венгрия	18 000	13.5	50
81.	Austrian Airlines	Австрия	17 705	11.3	40
82.	Vueling Airlines	Испания	17 109	17.2	89
83.	UTair	Россия	16 770	8.7	311
84.	Philippine Airlines	Филиппины	16 500	7.0	60
85.	Pegasus Airlines	Турция	16 231	16.8	42
86.	Air Transat	Канада	16 000	3.3	23
87.	Frontier Airlines	США	15 861	10.7	54
88.	AirAsia X	Малайзия	15 857	3.2	17
89.	Virgin America	США	15 791	6.3	53
90.	Shandong Airlines	Китай	15 581	14.0	73
91.	Monarch Airlines	Великобритания	15 281	6.8	42
92.	Spring Airlines	Китай	15 000	10.0	41
93.	Aer Lingus	Ирландия	14 807	9.6	46
94.	Envoy	США	14 620	17.8	224
95.	Volaris	Мексика	14 486	8.9	48
96.	S7 Airlines	Россия	14 198	7.1	44
97.	SpiceJet	Индия	13 458	12.8	55
98.	Nordwind Airlines	Россия	13 433	3.7	29
99.	Cebu Pacific Air	Филиппины	12 927	14.4	50
100.	SriLankan Airlines	Шри-Ланка	12 811	4.2	22
101.	Air Arabia	ОАЭ	12 400	6.1	31
102.	Transavia Airlines	Нидерланды	12 254	6.5	37

Рейтинг авиакомпаний по безопасности полетов за последние 30 лет

№	Авиакомпания	Потеряно самолетов за посл. 30 лет	Погибло людей за посл. 30 лет	Лет полетов без потерь	Рейтинг безопасности
1	2	3	4	5	6
1.	All Nippon Airways	0	0	40	0,005
2.	Finnair	0	0	48	0,006
3.	Cathay Pacific	0	0	39	0,006
4.	Etihad Airways	0	0	8	0,006
5.	Hainan Airlines	0	0	18	0,006
6.	JetBlue	0	0	11	0,007
7.	Emirates	0	0	26	0,007
8.	Virgin Blue	0	0	11	0,007
9.	Air Berlin	0	0	32	0,007
10.	Air New Zealand	0	0	32	0,008
11.	Qantas	0	0	51	0,008
12.	Lufthansa	1	2	18	0,008
13.	British Airways	1	0	3	0,008
14.	EVA Air	0	0	20	0,01
15.	Трансаэро	0	0	20	0,01
16.	TAP Portugal	0	0	34	0,012
17.	Thomas Cook	0	0	11	0,012
18.	Virgin Atlantic	0	0	27	0,014
19.	EasyJet	0	0	16	0,017
20.	Southwest	1	0	11	0,02
21.	WestJet	0	0	15	0,021
22.	Qatar Airways	0	0	17	0,024
23.	KLM	1	0	7	0,029
24.	Air Canada	2	23	14	0,035
25.	Thomsonfly	1	0	12	0,035
26.	Delta Air Lines	3	147	22	0,039
27.	Singapore Airlines	1	83	11	0,055
28.	Ryanair	1	0	3	0,058
29.	United Airlines	4	247	10	0,059
30.	Swiss	1	0	9	0,064
31.	AirAsia	0	0	15	0,069
32.	Malaysia Airlines	3	34	11	0,089
33.	China Eastern	2	36	18	0,102
34.	Alitalia	4	46	7	0,107

Продолжение прил. 6

1	2	3	4	5	6
35.	Аэрофлот	10	182	3	0,107
36.	Jet Airways	1	0	4	0,107
37.	LAN Airlines	2	21	20	0,138
38.	American Airlines	10	587	2	0,155
39.	Air France	8	344	2	0,164
40.	Air China	1	129	9	0,189
41.	US Airways	9	220	2	0,193
42.	Alaska Airlines	1	88	11	0,202
43.	Asiana Airlines	1	68	18	0,211
44.	Japan Airlines	3	544	26	0,233
45.	Iberia	4	199	4	0,248
46.	China Southern	3	176	12	0,254
47.	SAS	5	110	4	0,282
48.	South African Airways	1	159	24	0,306
49.	SkyWest Airlines	3	22	20	0,367
50.	Thai Airways	5	384	13	0,419
51.	Philippine Airlines	8	74	4	0,435
52.	Saudi Arabian Airlines	4	310	2	0,584
53.	Turkish Airlines	6	207	2	0,666
54.	Korean Air	9	686	12	0,705
55.	Garuda Indonesia	9	309	4	0,949
56.	GOL	1	154	5	1,091
57.	Air India	4	346	2	1,093
58.	China Airlines	8	753	4	1,298
59.	TAM Airlines	6	336	4	1,303
60.	Egyptair	6	293	0	1,328

Основные экономические показатели деятельности ООО «ПЕЛАРГОС»

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013
Выручка от реализации работ, услуг	15204,4	16120,4	16765,5	916	645,1	1561,1	106	104	110
Себестоимость работ, услуг	13203,20	13907,70	13966,40	704,50	58,70	763,20	105	100	106
Валовая прибыль	2001,20	2212,70	2799,10	211,50	586,40	797,90	111	127	140
Прибыль от реализации	1842,00	2035,10	2589,90	193,10	554,80	747,90	110	127	141
Чистая прибыль	1329,44	1460,40	1881,68	130,96	421,28	552,24	110	129	142
Оборотные средства	1258,4	1230,30	1509,30	-28,1	279,00	250,90	98	123	120
Внеоборотные активы	3225,0	3167,00	3188,00	-58,0	21,00	-37,00	98	101	99
Среднегодовая стоимость основных средств	2950,0	2923,00	2799,00	-27,0	-124,00	-151,00	99	96	95
Дебиторская задолженность	16,80	17,20	32,50	0,40	15,30	15,70	102	189	193
Кредиторская задолженность	135,0	146,70	151,60	11,70	4,90	16,60	109	103	112
Денежные средства	1020,0	970,00	1176,40	-50,0	206,40	156,40	95	121	115
Фондоотдача, руб. / руб.	5,15	5,57	5,15	0,41	-0,41	0,00	100	100	100
Фондоёмкость, руб. / руб.	0,19	0,18	0,17	-0,01	-0,01	-0,03	93	93	86

Анализ ликвидности баланса

	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013
АКТИВЫ									
А1	1020,00	970,00	1176,40	0,95	1,21	1,15	-50,00	206,40	156,4
А2	0,00	0,00	0,00				0,00	0,00	0,00
А3	0,00	0,00	0,00				0,00	0,00	0,00
А4	3225,00	3167,00	3188,00	0,98	1,01	0,99	-58,00	21,00	-37,00
ПАССИВЫ									
П1	135,00	146,70	151,60	1,09	1,03	1,12	11,70	4,90	16,60
П2	0,00	0,00	0,00				0,00	0,00	0,00
П3	0,00	107,00	130,00		1,21		107,0	23,00	130,0
П4	4348,40	4143,60	4415,70	0,95	1,07	1,02	-204,8	272,10	67,30

Оценка показателей платежеспособности

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013
Коэффициент текущей ликвидности	9,32	8,39	9,96	-0,93	1,57	0,63	90	119	107
Коэффициент быстрой ликвидности	8,03	7,00	8,12	-1,04	1,12	0,08	87	116	101
Коэффициент абсолютной ликвидности (платежеспособности)	7,56	6,61	7,76	-0,94	1,15	0,20	88	117	103
Величина собственных оборотных средств (тыс. руб.)	1258,4	1230,3	1509,3	-28,10	279,00	250,90	98	123	120
Коэффициент маневренности собственных оборотных средств	0,26	0,24	0,28	-0,02	0,04	0,02	91	118	108
Доля собственных средств в общем объеме текущих активов	0,28	0,28	0,32	0,00	-0,60	0,04	100	115	114
Доля собственных оборотных средств в покрытии запасов	0,82	0,79	0,81	-0,53	0,02	-0,51	92	106	99
Коэффициент покрытия запасов	8,03	7,00	8,12	-1,04	1,12	0,08	87	116	101

Анализ относительных показателей финансовой устойчивости

Показатель	2013	2014	2015	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение	
				2014 г. / 2013 г.	2015 г. / 2014 г.	2014 г. / 2013 г.	2015 г. / 2014 г.
Коэффициент финансирования	0,657	0,749	0,874	0,092	0,125	114,003	116,689
Коэффициент автономии	0,387	0,405	0,387	0,018	-0,018	104,651	95,556
Коэффициент финансовой зависимости	0,501	0,563	0,638	0,062	0,075	112,375	113,321
Коэффициент финансовой устойчивости	0,421	0,456	0,387	0,035	-0,069	108,314	84,868
Коэффициент маневренности собств. капитала	-0,343	-0,152	-0,460	0,191	-0,308	44,315	302,632
Коэффициент постоянного актива	1,451	1,116	1,465	-0,335	0,349	76,912	131,272
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами	-0,387	-0,164	-0,382	0,223	-0,218	42,377	232,927
Коэффициент обеспеченности запасов собств. оборотными средствами	-148,0	-46,0	-141,0	102,000	-95,000	31,081	306,522
Коэффициент собств. об. средств в совокупных активах	-0,144	-0,068	-0,160	0,076	-0,092	47,222	235,294
Коэффициент инвестирования	0,717	0,816	0,598	0,099	-0,218	113,808	73,284

Оценка показателей рентабельности

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013
Рентабельность производства	0,15	0,16	0,20	0,01	0,04	0,05	105	126	132
Рентабельность продаж	0,12	0,13	0,15	0,01	0,03	0,03	104	122	128
Рентабельность основного капитала	0,30	0,33	0,40	0,04	0,07	0,10	112	121	135
Рентабельность собственного капитала	0,31	0,35	0,43	0,05	0,07	0,12	115	121	139
Чистая рентабельность	0,11	0,11	0,14	0,00	0,03	0,03	104	124	128

Оценка коэффициентов деловой активности предприятия

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013
Общая оборачиваемость капитала, обор.	3,39	3,67	3,57	0,27	-0,10	0,18	108	97	105
Оборачиваемость материальных оборотных активов, обор.	75,97	68,31	50,08	-7,66	-18,23	-25,89	90	73	66
Оборачиваемость кредиторской задолженности, обор.	97,80	94,80	92,13	-3,00	-2,68	-5,67	97	97	94
Оборачиваемость собственного капитала, обор.	3,50	3,89	3,80	0,39	-0,09	0,30	111	98	109

Оценка показателей платежеспособности

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2015/ 2013
Коэффициент текущей ликвидности	9,32	8,39	9,96	-0,93	1,57	0,63	90	119	107
Коэффициент быстрой ликвидности	8,03	7,00	8,12	-1,04	1,12	0,08	87	116	101
Коэффициент абсолютной ликвидности	7,56	6,61	7,76	-0,94	1,15	0,20	88	117	103
Величина собственных оборотных средств (тыс. руб.)	1258,4	1230,3	1509,3	-28,10	279,00	250,90	98	123	120
Коэффициент маневренности собственных оборотных средств	0,26	0,24	0,28	-0,02	0,04	0,02	91	118	108
Доля собственных средств в общем объеме текущих активов	0,28	0,28	0,32	0,00	-0,60	0,04	100	115	114
Доля собственных оборотных средств в покрытии запасов	8,32	0,79	0,81	-7,53	0,02	-7,51	10	102	10
Коэффициент покрытия запасов	8,03	7,00	8,12	-1,04	1,12	0,08	87	116	101

Прогноз загрузки рейсов по проекту

Месяц	Дата	Процент загрузки	Число пассажиров	Стоимость, руб.	Выручка, руб.
июнь	1.06	45%	72	2600	187200
	4.06	45%	72	2600	187200
	8.06	45%	72	2600	187200
	11.06	50%	80	2800	224000
	15.06	50%	80	2800	224000
	18.06	55%	88	3000	264000
	22.06	55%	88	3000	264000
	25.06	55%	88	3200	281600
	29.06	55%	88	3200	281600
июль	2.07	60%	96	3400	326400
	6.07	75%	120	3600	432000
	9.07	85%	136	3800	516800
	13.07	100%	160	4200	672000
	16.07	100%	160	4200	672000
	20.07	100%	160	4200	672000
	23.07	100%	160	4200	672000
	27.07	100%	160	4200	672000
	30.07	100%	160	4200	672000
август	3.08	100%	160	4200	672000
	6.08	100%	160	4400	704000
	10.08	100%	160	4400	704000
	13.08	100%	160	4400	704000
	17.08	100%	160	4400	704000
	20.08	100%	160	4200	672000
	24.08	100%	160	4200	672000
	28.08	95%	152	4100	623200
	31.08	100%	160	4000	576000
сентябрь	3.09	90%	144	3800	486400
	7.09	80%	128	3700	414400
	10.09	70%	112	3400	353600
	14.09	65%	104	3400	353600
	17.09	65%	104	3200	281600
	21.09	55%	88	2800	246400
	24.09	55%	88	2800	201600
	28.09	45%	72	2600	187200