

ПРАВИТЕЛЬСТВО РФ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт наук о Земле

Кафедра страноведения и международного туризма

**«Особенности формирования морских круизов компании Викинг»**  
Выпускная квалифицированная работа

«К ЗАЩИТЕ»

Научный руководитель:

к.э.н. доцент ст. преподаватель  
кафедры страноведения и  
международного туризма

Я.С. Тестина

« » \_\_\_\_\_ 2019

Заведующий кафедрой:

д.г.н. доцент Н.В. Зигерн-Корн

« » \_\_\_\_\_ 2019

Санкт-Петербург

2019

## Аннотация

В данной выпускной квалификационной работе были рассмотрены теоретические аспекты организации морских круизов на примере круизной компании «Викинг». Производится анализ деятельности туристической компании «МИР» с целью диверсификации предлагаемых услуг. Дана оценка финансовых показателей турфирмы и объем продаж всех отделов туристической компании, и круизного отдела в частности. Разработаны рекомендации по повышению предлагаемых услуг. Результатом работы стала разработка нового турпродукта и оценка социально-экономических последствий его внедрения для туристической компании «МИР».

Ключевые слова: морские круизы, туркомпания МИР, анализ, Викинг

Theoretical aspects of the organization of sea cruises on the example of the cruise company «Viking» were considered in this final qualifying work. Was made analysis of activity of the travel company "MIR" for the purpose of diversification of the offered services. The estimation of financial indicators of the travel Agency and sales of all departments of the travel company, and the cruise Department in particular. Have been developed recommendations to improve the services offered. The result of the work was the development of a new tourist product and assessment of the socio-economic consequences of its implementation for the travel company "MIR".

Key words: oceans cruises, travel company «MIR», analysis, Viking

## Содержание

<b>Введение</b> .....	4
<b>Глава 1. Морские круизы как перспективный вид туризма</b> .....	6
1.1. История развития морских путешествий.....	6
1.2. Понятие и виды морских круизов.....	12
1.3. Перспективы развития рынка морских круизов в России.....	16
<b>Глава 2. Характерные особенности организации круизных туров компании Викинг</b> .....	19
2.1. Специфика круизной компании Викинг. ....	19
2.2. Классификация круизных судов, их типы .....	21
2.3. Основные услуги на круизе. Цена и качество на морском круизе .....	24
<b>Глава 3. Исследование деятельности ООО «Туркомпания «МИР»</b> .....	28
3.1. Общая характеристика турфирмы ООО «Туркомпания «МИР».....	28
3.2. Направления и специализация работы ООО «Туркомпания «МИР».....	31
3.3. Анализ деятельности туристической компании ООО «Туркомпания «МИР» .....	32
<b>Глава 4. Проблемы и перспективы развития круизного туризма в компании ООО «ТК «МИР»</b> .....	42
4.1. Рекомендации по повышению эффективности предлагаемых услуг ООО «ТК МИР»..	42
4.2. Разработка программы нового круизного тура.....	44
Заключение.....	51
Список литературы.....	52
Приложение.....	56

## Введение

Круизы – это самый динамично развивающийся сектор индустрии путешествий, объединяющий в себе целые компании – судостроительные, компании по поставке товаров и услуг для круизных судов, компании, занимающиеся круизным бизнесом и продвижением данного продукта. Не смотря на то, что общество еще воспринимает круизы как элитный вид туризма, они с каждым годом становятся доступными для широких слоев населения. Всё больше растет количество туристов хотя бы раз побывавших в круизе.

Путешествия на круизе отличаются высоким уровнем сервиса, без необходимости оплачивать дополнительные услуги, а также, повышенной безопасностью не только самих туристов, но и их багажа. На борту морского судна предлагается целый комплекс услуг, начиная от проживания, заканчивая всевозможными развлечениями с участием аниматоров, певцов, актеров и музыкантов.

На сегодняшний день, существует огромное количество туристических компаний занимающихся данным направлением. В России морскими круизами занимаются 9 туроператоров, которые из года в год отправляют около 200 тыс. туристов, не говоря уже о туристических компаниях, которые обслуживают туристов, пребывающих на круизных лайнерах.

Практически половина всего рынка морских круизов приходится на пассажиров из США и Канады. Наибольшей популярностью пользуются круизы по Карибскому бассейну и Средиземному морю, а в части России к ним относятся круизы по Балтийскому морю. Россия, как страна, принимающая морские теплоходы с каждым годом укрепляет свои позиции, благодаря реализации многих инвестиционных проектов, например, таких как строительство нового пассажирского порта «Морской Фасад» в Санкт-Петербурге.

Задачей многих принимающих туроператоров в России, является возможность осуществления взаимовыгодного сотрудничества с круизными компаниями.

Актуальность выбранной темы обусловлена высоким потенциалом дальнейшего сотрудничества туристической компании «МИР» с круизной компанией «Викинг».

Объект – морские круизы компании «Викинг».

Предмет – процесс формирования морских круизов.

Цель работы – диверсификация предлагаемых турпакетов ООО «ТК «МИР» с использованием возможностей круизной компании «Викинг».

Для выполнения поставленной цели были поставлены следующие задачи.

- Изучить историю морских круизов

- Рассмотреть особенности организации круизных туров
- Определить перспективы развития морских круизов компании Викинг
- Разработать маршрут по Санкт-Петербургу для пребывающих туристов на круизных судах компании «Викинг».

Структура работы включает: введение, четыре главы, заключение, библиографический список, приложения.

Бакалаврская работа выполнена с использованием методов анализа, обобщения, синтеза, классификации, прогнозирования, сравнения и моделирования.

## Глава 1. Морские круизы как перспективный вид туризма

### 1.1. История развития морских путешествий.

История развития морских путешествий начинается с глубокой древности. С их помощью люди открывали новые континенты, перевозили людей и различные грузы. В Средние века был наибольший расцвет морских и речных путешествий. Основоположниками считаются ирландские монахи, а по традиции признанным мореходом VI в. считается св. Брендан – один из ранних ирландских монашеских святых. О его странствиях слагают легенды. Одним из первых плаваний, которое указало путь европейцам на запад через океан, считается плавание св. Брендана.[1]

Путешествия жителей Скандинавского и Ютландского полуостровов сыграли огромную роль в развитии средневековой цивилизации. Субцивилизация викингов существовала с середины VIII до начала XII вв. Само слово «викинг» в переводе с древненорвежского означает «бухта» или «залив». Таким образом, викинги – это люди, которые держали свои корабли в бухтах. У норманнов, так во Франции звали викингов, были прекрасные суда-ладьи, различного размера. На подобных кораблях они могли совершать многодневные плавания в океане и на мелководных реках. В открытом море викинги ориентировались по звездам, Солнцу, а также, изучив поведение морских животных и птиц, они могли определить свое местоположение.[3]

Дальнейшее развитие водных перевозок связано с морскими экспедициями в Новое время. Такие факторы как – Великие географические открытия, новые торговые морские пути – привели к появлению на карте мира крупных морских держав – Испании, Португалии, Голландии, могущество которых основывалось на водном транспорте. [2]

В 1807 году американским изобретателем Робертом Фултоном был создан первый, практически использовавшийся пароход - «Клермонт» (ранее «North River Steamboat»), который приводился в движение гребным колесом и совершал рейсы по реке Гудзон от Нью-Йорка до Олбани. Данное изобретение дало небывалый толчок к развитию морских и речных видов транспорта. Однако, несмотря на то, что «отцом парохода» считается Роберт Фултон, к первому в мире подобному транспортному средству относится судно «Шарлотта Дандес», которое было спущено впервые на воду в 1801 году. Его изобретателями являются шотландцы - Уильям Саймингтон и Патрик Миллер. Патрик Миллер отказался от участия в дальнейшей разработке, после того как судно в ходе испытаний показало скорость 7 узлов. В 1802 году Уильям Саймингтон разработал и изготовил двигатель для колесного буксира, из-за чего семнадцатиметровый пароход, построенный из дерева, имел мощность 10 лошадиных сил. Тем не менее, владельцы

канала запретили эксплуатацию парохода, опасаясь, что кильватерная струя повредит береговую линию. В этом же году судно было брошено изобретателем, пока его не разобрали на материалы.[4]

Первый лайнер с паровым двигателем появился в 1819 году - «Саванна». Кроме парового двигателя у судна также сохранились гребные колеса и, большую часть путешествия пароход прошел под парусами, ведь они еще долго сохранялись в качестве вспомогательного элемента. Не смотря на это, он вошел в историю трансатлантических пароходных рейсов, совершив первый круиз из Саванны в Ливерпуль. К слову, круиз длился 29 с половиной суток.[5]

В это же время, компания «Black Ball Line» в 1818 году стала первой судоходной компанией, которая предложила регулярные, трансатлантические пассажирские рейсы из США в Англию, при этом заботясь о комфорте пассажиров.[6]

Первые сообщения о специально организованных рейсах морских пассажирских судов с целью отдыха относятся к 1835 году.[6]

Возвращаясь к развитию пароходных судов, только в 1838 году «Сириус» - английский пароход смог пересечь Атлантический океан без использования парусов. В этом же году был построен первый винтовой пароход «Архимед», английским фермером Френсисом Смитом. С переходом на гребневые винта ходовые качества пароходов значительно улучшились.[6]

Знаменательной датой в истории морских круизов является 1839 год, именно тогда Сэмюэлю Кунардуну пришла в голову мысль запустить морскую линию с регулярным маршрутом, расписанием и выбором направления путешествия. И уже в 1840 году, 4 огромных по тем меркам корабля начали совершать регулярные рейсы по маршруту Лондон – Бостон. Плавание длилось 2 недели и это был очень короткий промежуток времени для того периода. При этом, на корабле были коровы, которые обеспечивали свежим молоком пассажиров во время поездки. Таким образом, 1840 год считают годом основания круизной компании «Cunard Line», которая прежде называлась Британская и Североамериканская почтовая компания. [7]

В 1856 году Томас Кук начал организовывать круизные туры в другие европейские государства и основал первое бюро путешествий. Несколько годами ранее, в 1844 году, идею круизного плавания осуществила компания Р&О (теперь PrincessCruises), осуществив круиз по маршруту Англия-Испания-Португалия и дальше Малайзия-Китай. [7]

В то время круизные суда были единственным вариантом перевозки из одного порта Европы в другой. Стоили подобные путешествия не дешево, и на кораблях собиралась

неоднородная публика: от богатых, до бедных. Эти два класса были полностью разделены между собой. Во втором классе пассажиры размещались в маленьких, полутрюмных помещениях, где качество пищи и воды оставляли желать лучшего. Они, бедные эмигранты, отправлялись в круиз в поисках лучшей жизни, иногда потратив все свои сбережения на круизный билет. Волна эмиграции приносила огромные доходы владельцам судоходных компаний. В отличие от эмигрантов, пассажиры первого класса путешествовали с комфортом. Для них предлагалось много развлечений на борту судна – ночные бары, восточные бани, разнообразные игры после завтрака, чаепитие в пять часов, ужин в ресторане и так далее.[6]

В 1881 году судоходная компания «Peninsular & Oriental Steam Navigating Company», или сокращенно «P&O» переоборудовала один из своих кораблей в круизный корабль. Цейлон, именно так назывался переоборудованный корабль, считается первым в истории круизным кораблем, предназначенный для морских увеселительных путешествий. Компания небезосновательно считает себя изобретателем в создании морских путешествий с целью отдыха, так как это был первый лайнер, который использовали на постоянной основе, даже в несезонный период. [6]

С течением времени, морские круизы стали интересным весьма популярным видом отдыха. Появилась категория пассажиров готовая за разумные расходы отправиться в морское путешествие для познания мира. Большого всего людей привлекала возможность ознакомиться с новой культурой, историей и местными красотами. В стремлении заполучить как можно больше пассажиров, между владельцами судоходных компаний возникает жесткая конкуренция. С этого момента на кораблях начинает постоянно совершенствоваться система обслуживания пассажиров в рейсе, улучшаются условия пребывания на судне, внедрение новых технологий. Суда превращаются в плавающие гостиницы с высоким комфортом. [7]

В 1907 году компания «CunardLine» запустила в плавание самый большой корабль в мире – «Lusitania», который совершил свой первый рейс из Ливерпуля в Нью-Йорк. В оформлении корабля были использованы серебряные подсвечники, электрические люстры и дорогое дерево. Это был 4-х винтовой корабль с вместимостью 1959 тысяч человек, в Ливерпуле целенаправленно перестраивали пристань под его размеры. [6]

До войны, индустрия морских путешествий находилась в зачаточном состоянии, не смотря на наличие нескольких специализированных круизных кораблей и организацию морских круизов на обычных лайнерах. Начало первой мировой войны приостановило ее развитие. [7]



После окончания первой мировой войны, несколько судоходных компаний переориентировались с линейных перевозок на индустрию морских круизов. Практически все корабли, которые на тот момент были рейсовыми пассажирскими пароходами, были переоборудованы и адаптированы для морских путешествий с целью отдыха. Послевоенные корабли, своим внутренним, роскошным интерьером больше всего были похожи на гостиницы или загородные усадьбы, ведь многие из них проектировались известными архитекторами-декораторами отелей. В то время, морское путешествие для большинства пассажиров воспринималось как испытание, а не удовольствие. Королевский интерьер служил отвлекающим манёвром для переключения внимания с бурных морей, по которым приходилось путешествовать. [7]

В 1927 году французские судостроители представили океанский лайнер - Иль де Франс, первое пассажирское судно в послевоенные годы, которое было оформлено в стиле арт-деко. Его считали самым изысканным судном, отличительными чертами которого были строгая закономерность, современные материалы и невероятная роскошь. С появлением лайнера - Иль де Франс подошла к концу эпоха плавучих гостиниц. [7]

В 1922 году британской судостроительной компанией «Cunard Line» был построен корабль «Лакония». До начала военных действий «Лакония» ходила на линии Северной Атлантики, а во время войны служила военным транспортом, как и многие гражданские суда. «Лакония» вошла в историю как судно, которое свершило первое в истории вояжей кругосветное путешествие, отправившись из Нью-Йорка, пересекла Суэцкий канал, Средиземное море и обратно вернулась в Нью-Йорк. В последующие годы компанией «Cunard Line» были предложены длительные кругосветные круизы сроком в 6 месяцев, это почти в два раза больше, чем предлагают круизные компании на сегодняшний день. [8]

В тридцатые годы появлялись круизы организованные немецким министерством труда для своих рабочих. Нацистские корабли имели ряд новых особенностей, например, большое количество кают с одинаковой обстановкой и каждая каюта имела доступ к природному освещению, так как располагались они вдоль корпуса судна. Кроме того, немецкие корабли отличались комфортом, а не роскошью. Интересно, что члены экипажа имели такие же условия, как и пассажиры судна. [7]

С началом второй Мировой войны, в 1939 году круизы внезапно прекратились. Возникла необходимость переоборудования круизных судов для транспортировки огромного количества войск. Даже после войны они служили только морским транспортом для перевозки беженцев.[7]

После окончания второй мировой войны индустрия морских пассажирских перевозок вновь стала набирать обороты. Недостаток океанских лайнеров стал причиной субсидирования от правительства США на строительство новых судов. В качестве дополнительного стимула явилось осложнение отношений между западными странами и Советским Союзом, и на случай возможного военного конфликта, планировалось использование кораблей в качестве транспортных средств. Судовладельцы извлекали прибыль, занимаясь перевозками пассажиров – эмигранты и беженцы отправлялись в Америку и Канаду, а туристы и пассажиры бизнес-класса плыли в сторону Европы. [7]

В конце 1960-х годов наступил кризис в индустрии морских трансатлантических перевозок. Причиной послужили достижения в авиационной отрасли, которые позволили осуществлять беспересадочные трансатлантические авиарейсы. Потребность в морских путешествиях снизилась исходя как из экономической, так и с практической точек зрения. [7]

В связи с резким падением спроса на услуги судовладельческих компаний, их владельцы переживали тяжелые времена. Они осознавали, что заработок на линейных перевозках пассажиров движется к завершению, что их суда должны соответствовать требованиям, возникающим в обществе – это развитие морских вояжей в купе с линейными перевозками. [7]

В 1963 году первой компанией полностью переориентировавшейся на создание и развитие морских развлекательных путешествий стала компания «Home Lines». [7]

Таким образом, 1960-е годы ознаменовались началом современной круизной индустрии. Достижения в области авиации дали стимул для развития морских путешествий, превратив их в развлекательные вояжи с целью отдыха. Владельцы судов сконцентрировались на создании неформальной обстановки для отдыха и развлечений на борту корабля. [7]

Невероятный бум в круизной отрасли произошёл после выхода телесериала «Лодка любви» в 1977 году. Съёмки проходили на лайнерах - «Island Princess» и «Pacific Princess». Телесериал носил комедийный характер, где был сделан акцент на романтике и экзотике водных путешествий. С 1979 по 1993 годы ежегодный рост на морские круизы составлял рекордные 9,4 процента. Размеры новых круизных лайнеров увеличивались на глазах, началась эра мега-лайнеров. Компания «Роял Карибиан» ввела в эксплуатацию корабли «Sovereign of the Seas» (1988), «Monarch of the Seas» (1991), «Majesty of the Seas» (1992), каждый из которых мог принять около 2300 пассажиров. [7]

Корабль «Queen Elizabeth» 2 выпущенный в 1969 году, долгое время занимал первое место как самый крупный корабль среди мирового круизного флота. [7]

Соревнование за самый большой круизный лайнер не заканчивается до сих пор. В октябре 2009 года на воду был спущен – «Oasis of the Seas», самый большой лайнер круизного типа с длиной корпуса 360 м., на борту которого могут находиться 6269 пассажиров.[7]

Внедрение крупных лайнеров позволило судоходным компаниям предлагать пассажирам более качественное обслуживание, большие каюты для проживания и массу развлечений, включая торговые центры и ледовые катки так далее. Огромный выбор ресторанов, предоставил возможность определять, где и с кем они хотят обедать.

Развлечения на борту эволюционировали с небывалой скоростью. Каюты с балконами, возможность подключения к интернету и просмотр телевизионных программ, обслуживание гостей на протяжении всего путешествия доступно на всех современных круизных лайнерах.

Число круизных пассажиров резко снизилось после 11 сентября 2001 года, когда произошли террористические атаки на территории Соединенных Штатов Америки. Постепенно ситуация стабилизировалась и данная отрасль начала набирать темпы роста. [7]

Из-за новых правил СОЛАС (Международная конвенция по охране человеческой жизни на море), многие старые суда вынуждены были прекратить свое существование. Для компаний, пытающихся продолжить эксплуатацию этих старых кораблей, настали трудные времена, поскольку они требуют больших инвестиций для соответствия новым правилам безопасности, которые с 2010 года стали еще жестче (например, установки новой системы пожаротушения). Устаревшие корабли потребляют много топлива, поэтому их эксплуатация очень затратная, и они не приносят существенной прибыли. Они нуждаются в большем количестве членов экипажа на одного пассажира. Лишь немногие судовладельцы все еще в состоянии их содержать. Преимущественно они работают на коротких круизах, продолжительностью два, три или четыре дня. Когда то всемирные круизные компании, такие как «Regal Cruises», «Premier Cruises», «Commodore Cruises», «Royal Olympic Cruises» и «Empress Cruises» пытались продолжить эксплуатацию этих кораблей. Все они обанкротились. [7]

Для пассажиров, ищущих чего-то необычного, нежели большой круизный лайнер с 2000 тысячами пассажиров на борту, несколько специализированных операторов начали предлагать возможность посетить неизведанные ранее места в Антарктике, морские вояжи на парусных судах (полностью управляемых компьютерными системами), круизы на сверх фешенебельных кораблях. В круизной индустрии сегодня существует много различных вариантов. [6]

Благодаря своей невероятной комфортабельности и развлечениям высокого уровня на борту корабля, круизы сегодня превратили морское путешествие скорее в достопримечательность, нежели возможности увидеть что-то новое и неизведанное. Прошли времена обслуживания исключительно богатых людей, эта индустрия сориентирована на широкие массы и сейчас является самым быстрорастущим сектором индустрии туризма. Круизная индустрия пребывает на подъеме и обеспечивает качественный отдых миллионам пассажиров во всем мире.

## 1.2. Понятие и виды морских круизов

Морские круизы являются самыми популярными видами водных путешествий. Большую популярность за рубежом имеют круизы по Карибскому бассейну - Антильские острова, Гренада, Вирджинские острова, также, популярны круизы по Средиземному и Балтийскому морю, вокруг Скандинавии. Другими словами, география морских круизов распространена по всему миру.

Особенно популярными становятся круизные маршруты в направлении Антарктиды и Северного полюса. Подобные круизы осуществляются круглогодично: летом маршруты простираются к берегам Арктики, а зимой основным направлением является Антарктида. Российский ледокол «Капитан Хлебников» от американской компании «Quark Expedition» осуществляет круизы по маршруту Шпицберген – Гренландия – Канада – Чукотка – Шпицберген. Однако стоимость ледового круиза достаточно высокая – достигает 18 тыс. долл., не смотря на это, спрос ежегодно растет, где основную массу туристов составляют россияне.[9]

Морской круиз – это перемещение (путешествие) туриста по водной акватории, являющейся морем (океаном), на морском круизном судне. Морские круизы бывают: внутренними, без выхода за пределы территориальных вод страны, и могут быть международными.[10]

Международным круиз называется в тех случаях, если пункт отправления или прибытия находятся в разных государствах или в одном государстве, а промежуточный порт круиза находится в другом государстве.[11]

Морские круизы разделяют на виды и классифицируются они по продолжительности круиза, региону плавания, по стоимости путешествия, классу судна или тематическим развлечениям на борту и так далее.

Среди всего многообразия морского транспорта можно выделить следующие:

- Паромы;

- Теплоходы;
- Суда на подводных крыльях;
- Экранопланы;
- Лайнеры;
- Суперлайнеры;
- Океанские яхты

Морские суда можно разделить по принципу движения на:

- Водоизмещающие, то есть плавающие по водной поверхности;
- Глассирующие, то есть скользящие по поверхности воды;
- Суда на подводных крыльях, воздушной подушке и экранопланы, то есть передвигающиеся над водной поверхностью.

Существует определенное деление морских круизов на следующие виды:

- Кольцевые маршруты с заходом в 8-12 портов различных прибрежных стран и популярных морских курортов;
- Маршруты «ореп jaw», когда туристы следуют только в один конец маршрута;
- Кратковременные выходы в море на 2-3 дня специальных целей, как например, для организации игорного бизнеса;
- Прибрежные морские экскурсии и прогулочные рейсы;
- Длительные маршруты и кругосветные путешествия, которые могут длиться до полугода.

Одной из главных классификаций круизных маршрутов является их продолжительность. Они могут быть:

- Краткосрочные – длительностью от нескольких часов до нескольких суток;
- Среднесрочные – продолжительностью от 5-ти до 13-ти суток;
- Долгосрочные, где длительность морского круиза доходит до 2-х месяцев.

Все круизные судна по уровню комфорта и качеству сервиса на борту делятся по аналогии с гостиницами на три больших вида:

- «Стандарт» – это судна категории 2 - 4 звезды, где на борту предлагается стандартный уровень сервиса, с экономичным выбором кают со средней стоимостью проживания 150-100 долларов на человека в день при двухместном размещении.
- Категория «Премиум» - это классические круизы с уровнем обслуживания 4-5 звезд, стоимостью 100-400 долларов в день.

- «Люкс» - категория круизного корабля, где сервис соответствует уровню 6 звезд, и стоимость круиза составляет более 450 долларов в день на человека. [1]

Каюты бывают «внешние» и «внутренние». Во «внешних» каютах имеются иллюминаторы, окна с видом на океан, во «внутренних» каютах нет доступа для естественного освещения. На сегодняшний день, больше всего делается уклон на разработку судов с максимальным количеством кают с естественным освещением. [12]

Наиболее общую классификацию кают можно представить следующим образом:

- Экономичные (каюты с естественным освещением);
- Стандартные (с окнами);
- Премиум (с балконами).

Стоимость круиза может варьироваться в зависимости от размера, расположения каюты и количество пассажиров в ней. Как правило, третий пассажир в каюте путешествует со скидкой. Каюты, расположенные в середине корабля стоят дороже, нежели те, которые расположены на носу или на корме судна, так как качка в середине корабля чувствуется меньше всего. Кроме того, «внешние» каюты, расположенные на нижней палубе стоят дороже, чем «внутренние» каюты на верхней. Турист, выбирая круизный тур с каютой, расположенной на верхней палубе, платит крупную сумму, ведь перед ним откроется прекрасный вид на океан и возможность быстрого доступа к развлечениям и ресторанам. [12]

Существует определенная ценовая классификация круизных маршрутов:

- Экономичные (\$75-\$150 на человека в сутки);
- Классические (\$100-\$200 на человека в сутки);
- Премиум (\$150-\$400 на человека в сутки)
- Люкс (\$700-\$1000 на человека в сутки)
- Эксклюзивные (более \$1000 на человека в сутки) [1]

Другими словами, стоимость морского круиза может быть разной, даже специальной, при использовании скидок и акций.

Для морских круизных судов характерна классификация по тоннажу, то есть объем внутреннего пространства судна в гресс-тоннах, 100 кубов-футов составляет 1 гресс-тонну:

- Малые (до 25 гресс-тонн)
- Средние (до 60 гресс-тонн)
- Большие (свыше 60-ти гресс-тонн) [1]

С недавних пор сформировалась тенденция к строительству больших круизных судов. До последнего времени, самым большим круизным лайнером считался 17-палубный «Voyager of the Sea», являющейся собственностью компании «Royal Caribbean». Размеры судна превышали все мыслимые и немыслимые пределы, длина судна достигает 311 м., ширина – 47 метров и 70 метров высота. Водоизмещение круизного лайнера равно - 142 тыс. тонн, а количество пассажиров исчисляется 2200 туристами и 1180 членами экипажа. Главной отличительной особенностью данного лайнера считается наличие ледового катка и настоящая улица-променад под стеклянным куполом. Однако, в январе 2003 года на воду был спущен новый, более крупный океанский корабль – Queen Mary, с вместимостью пассажиров 2620 тысяч человек. [13]

Ключевой особенностью круизных туров является организация развлечений на борту судна. Круизные лайнеры предоставляют возможность посещать различные клубы, включая игорные и казино. Для создания приятной и веселой атмосферы проводятся различные шоу, приглашаются актеры для выступлений. В большинстве случаев, круизный тур организуется по системе «всё включено», что позволяет туристам принимать участие в развлекательных программах, пользоваться спортивными залами, инвентарем и так далее. [9]

Одним из основных преимуществ водных путешествий является безвизовый режим посещения стран во время круиза. Единственную визу, которую необходимо получить, - это виза страны, из которой совершается выезд, то есть круиз. Во время посещения какого-либо порта туристам при выходе на берег выдаются специальные карточки, которые потом сдаются капитану судна при возвращении на борт корабля. Пассажиры могут пребывать на территории другой страны и совершать экскурсии в течение 48-72 часов.

Международные морские перевозки туристов осуществляются в рамках различных межгосударственных соглашений. К ним относятся:

- Афинская конвенция о перевозке морем пассажиров и их багажа. Была принята 13 декабря 1974 года на Международной юридической конференции по вопросам перевозки на судах пассажиров и их багажа, в Афинах. [13]
- Международная конвенция по охране человеческой жизни на море (СОЛАС-74). Лондон 1974 год. [14]
- Международная конвенция об унификации некоторых правил о перевозке пассажиров морем. Данная конвенция была принята 29 апреля 1961 года в Брюсселе. В ней урегулированы вопросы ответственности за ущерб, принесенный ему в результате телесного повреждения или смерти пассажира.

- Международная конвенция по поиску и спасанию на море 1979 года. Конвенция была заключена в Германии, город Гамбург. [15]
- Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации, действующий при перевозке туристов в российских территориальных водах. [16]

Одним из главных факторов влияющим на рост продаж морских круизов является их высокая стоимость. Но в последнее время всё чаще появляются бюджетные круизные компании, которые предлагают достойное обслуживание за разумные деньги.

### 1.3. Перспективы развития рынка морских круизов в России

Морские круизы – один из самых популярных и быстрорастущих сегментов международного туристического рынка. По данным Европейского круизного совета, 73% круизных туристов в мире составляют американцы, 21% - европейцы. Сойдя на берег, почти 77% путешествующих посещают музеи, места развлечений и отдыха. 66% развлекаются сами, остальные – ходят по магазинам, кафе и ресторанам, ходят на экскурсии. Иначе говоря, путешествие не ограничивается палубой круизного судна. С каждым годом совершенствуются круизные лайнеры, их конструкции, повышается комфортабельность, разрабатываются новые морские и океанские маршруты. [17]

Российская Федерация отличается богатством природных вод, хорошо развитой речной сетью. Территория России омывается водами таких океанов как Северный Ледовитый, Тихий, и Балтийским, Черным, Азовскими и Каспийским морями. Общая площадь морской акватории, попадающей под юрисдикцию России, составляет 7млн. км<sup>2</sup>.

Необходимость более динамичного развития круизного туризма в Российской Федерации не вызывает сомнений. Страна имеет самую протяженную береговую линию в мире – 37,7 тысяч км., при этом является недооцененной в круизном бизнесе.

На северо-западе страны организуются морские круизы, пользующиеся большим спросом (Санкт-Петербург, Калининград, Мурманск, Архангельск). Также осуществляются морские путешествия на юге и на Дальнем Востоке.

Одним из крупнейших портов Балтийского моря, принимающим океанские лайнеры ведущих круизных и пассажирских компаний мира является Санкт-Петербург. АО «Пассажирский Порт Санкт-Петербург «Морской фасад» - единственный оператор морского терминала в Пассажирском порту Санкт-Петербург. «Морской фасад» сумел стать важным объектом круизной и паромной индустрии, сделав Санкт-Петербург одним из самых привлекательных центров международного круизного туризма. [18]



Эксперты считают, что интерес к круизам будет расти рекордными темпами, и высоким спросом будет пользоваться экспедиционные круизы, в том числе и в Арктику. Таяние льдов способствует открытию арктических вод для туристов. По словам президента ОСК Алексея Рахманова: «На сегодняшний день рынок арктического туризма трех стран (США, Норвегии и Китая) дает выручку в размере \$6 млрд., это очень перспективное направление деятельности, и нам непростительно упускать такой большой рынок, тем более что наша страна обладает компетенциями по строительству ледокольного флота, есть наработки по строительству арктического круизного лайнера». Морские путешествия к Северному полюсу могут стать для России услугой, не имеющей аналогов в мировой индустрии туризма.

По оценкам Ростуризма, около 80 тыс. туристов в год могут посещать российскую Арктику. Для реализации туристских возможностей региона необходимо создавать условия для развития туризма в Арктической зоне России и заниматься его продвижением. [19]

Начальник Управления государственных туристских проектов и безопасности туризма Федерального агентства по туризму Евгений Куделя, высказал мнение о том, что круизный туризм вошел в число пяти приоритетных направлений развития туризма в нашей стране в рамках разрабатываемой ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)». [20]

На сегодняшний день, туризм формирует 3,4 % ВВП страны, при этом влияя на достаточное количество смежных отраслей.

Туристско-рекреационные ресурсы России обеспечивают развитие практически всех видов туризма:

- Культурно-познавательный;
- Деловой;
- Экологический;
- Событийный;
- Круизный;
- Горнолыжный;
- Паломнический;
- Санаторно-курортный;
- Оздоровительный.

Рынок круизов растет намного быстрее, нежели другие виды транспортных путешествий. Основной причиной является неразрывность круизов с культурно-

познавательным туризмом. Сибирский и Дальневосточный федеральные округа являются перспективными регионами для развития морских круизов.

В настоящее время можно выделить 15 перспективных туристских укрупненных инвестиционных проектов, привлекающих туристов и обладающих высоким потенциалом расширения туристского предложения по конкретным приоритетным видам туризма.

В рамках круизного туризма получают развитие такие проекты, как «Приморье» (Приморский край); «Волжский путь» (Самарская, Ульяновская, Нижегородская, Пензенская, Саратовская, Тверская, Астраханская, Ивановская, Костромская, Волгоградская, Ярославская области, Пермский край, Республика Башкортостан, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Республика Марий Эл, Чувашская Республика); «Русская Арктика» (Архангельская, Мурманская области, Ямало–Ненецкий автономный округ, Красноярский край, Республика Саха (Якутия)); «Амур» (Хабаровский край, Амурская область, Еврейская автономная область); «Камчатка – Сахалин» (Камчатский край, Сахалинская область).

По словам Евгения Кудели, финансирование данной ФЦП увеличится на 2 млрд руб., регионы активно готовят предложения, этих денег вполне достаточно, чтобы в том числе развивать и круизный туризм. [20]

Очевидно, что для организации круизного туризма помимо судов необходимо наличие современной портовой инфраструктуры, пассажирских терминалов и причалов. В рамках подготовки программы за Федеральным агентством морского и речного транспорта закрепляются мероприятия по созданию инфраструктуры морского и внутреннего водного транспорта, интеграции потенциала мореплавания и судоходства на внутренних водных путях в туризм. Мероприятия, связанные с развитием инфраструктуры пунктов пропуска через государственную границу Российской Федерации, в том числе с оснащением, информационным оформлением и формированием сервисной среды пограничных пунктов пропуска в местах пересечения туристами границы Российской Федерации, закрепляются за Министерством транспорта Российской Федерации. [20]

Ожидается, что конечным результатом программы будет являться рост совокупного туристского потока по РФ до уровня свыше 93 млн. человек (рост в 28% от уровня базового периода), что позволит достичь запланированного увеличения вклада туризма в ВВП РФ более чем на 70% к концу 2025 года. [20]

## Глава 2. Характерные особенности организации круизных туров компании Викинг

### 2.1. Специфика круизной компании Викинг. Права и обязанности сторон

Компания «Viking Cruises» была основана в 1997 году с покупкой четырех кораблей в России. В 2000 году компания приобрела европейские «KD River Cruises», чтобы увеличить свой флот, использовать 40-летний опыт речных круизов и приобрести права на лучшие места стыковки в ключевых европейских городах. [21]

Компания вышла на американский рынок в 2000 году, открыв штаб-квартиру в Лос-Анджелесе, штат Калифорния. Благодаря быстрому расширению компания выросла до ведущей в мире речной круизной линии с двузначным ростом в последние годы. В 2013 году компания объявила о намерении создать подразделение «Viking Ocean Cruises» для осуществления морских круизов. А с запуском своего морского флота в 2015 году, компания также стала лидером в плавании на малых судах в океане. [21]

Имея оперативную штаб-квартиру в Базеле, Швейцария, «Viking» предоставляет маршруты, ориентированные на конечные пункты, предназначенные для опытных путешественников, интересующихся географией, культурой и историей. Каждое путешествие включает в себя береговую экскурсию в каждый порт и эксклюзивную программу обучения культуре викингов, которая обеспечивает глубокое погружение в место назначения посредством музыкальных и художественных выступлений, кулинарных демонстраций, информативных разговоров в порту и тщательно отобранных приглашенных лекторов.

Парусные реки Европы, удостоенные наград, удостоенные наград корабли «Viking Longships» предлагают различные категории кают и настоящие (двухкомнатные) люксы с полноразмерными верандами. Бортовые удобства включают ресторан, бар и зал отдыха, библиотеку и солярий. Корабли оснащены обедом на свежем воздухе на Aquavit Terrace, элегантным скандинавским дизайном и «зелеными» функциями, такими как солнечные панели, бортовой сад с органическими травами и энергосберегающие гибридные двигатели для удивительно мягкого плавания. [21]

Речные круизы длятся от 8 до 23 дней с маршрутами по рекам Европы - Рейн, Майн, Дунай, Сена, Рона, Дору, Мозель, Эльба, Дордонь, Гаронна и Жиронда; Русская Волга, Нева и Свирь, Украинский Днепр, Египетский Нил, Китайский Янцзы и Меконг Юго-Восточной Азии.

Удостоенные наград корабли компании спроектированы в таком размере, который обеспечивает прямой доступ в большинство портов, поэтому гости могут легко и эффективно осуществлять посадку и высадку. Каждый корабль может похвастаться собственной верандой в каждой каюте, выбором ресторанов, предлагающих широкий выбор изысканных ресторанов, блюдами на свежем воздухе на море, пейзажным бассейном, спа-салонем в скандинавском стиле, панорамным лаунджем Explorers 'и тщательно продуманными коллекциями книг по всему миру. Сам корабль и многое другое - все спроектировано в сдержанной элегантности.

Большинство круизов Viking Ocean Cruises имеют продолжительность от 8 до 15 дней. Направления включают Северную Европу, Скандинавию и Прибалтику, Средиземное море, Адриатическое море, Америку и Карибский бассейн, а также комбинированные круизы по этим маршрутам в пределах от 22 до 50 дней.

Лайнер Viking Sun проведет свой первый сезон, совершив кругосветное путешествие, продолжительностью 141 день и посетив пять континентов.

А в этом году он отправится во вторую кругосветку длиной в 128 дней. Начиная с 2018 года, Viking Orion отправился в путешествие по Ближнему Востоку, Австралии, Новой Зеландии, Азии и Аляске.[23]

Круизы компании «Viking» ориентированы на любознательных путешественников, интересующихся географией, культурой и историей. Каждая поездка включает в себя береговую экскурсию в каждом порту и эксклюзивную программу по культуре викингов, которая обеспечивает глубокое погружение в культуру посещаемых городов благодаря презентации произведений искусства, музыки, местной кухни, а также специально разработанным лекциям о портах захода и окрестностях.

Каждое судно может похвастаться индивидуальными верандами в каждой каюте, на кораблях Viking Ocean Cruises нет внутренних кают и кают с окном, только каюты и люксы с балконами, чтобы в любое время наслаждаться морским воздухом и великолепными видами.

Он предлагает пассажирам большой выбор ресторанов, предлагающих разнообразные вкусные блюда, бассейн с панорамным видом, спа-центр в скандинавском стиле, а также панорамный зал для лекций и исследователей и многое другое.

Размеры кораблей компании позволяют заходить в лучшие бухты и швартоваться как можно удобнее для посадки и высадки пассажиров как можно ближе к интересным местам.

Маршруты оставлены на волю случая, а дополнительная парковка в портах (часто на ночь) позволяет пассажирам медленно и комфортно осматривать достопримечательности во время круиза.[23]

В настоящее время компания управляет флотом из более чем 70 судов, современных судов, которые получили многочисленные награды с момента их запуска от экспертов отрасли и путешественников. Викинг был удостоен награды № 1 River Cruise Line от Condé Nast Traveler в 2018 году в номинации «Выбор читателей», и третий год подряд получает звание № 1 Ocean Cruise Line \* как лучшая круизная компания по морским круизам (в сегменте лайнеров соответствующего размера) от читателей Travel + Leisure в мире.[22]

## 2.2. Классификация круизных судов, их типы

«Viking Ocean Cruises» может похвастаться флотом новых, полностью верандных, современных океанских лайнеров.

В 2015 году Викинг представил свой первый океанский корабль с крещением викинговской звезды на 930 пассажиров. Год спустя «Викинг» запустил свой второй океанский корабль «Викинг Си», к которому в 2017 году присоединились дочерние корабли «Викинг Скай» и «Викинг Сан», а в 2018 году - «Викинг Орион». В 2019 году флот приветствует «Викинг Юпитер». Названные корабли планируется запустить к 2023 году. [22]

«Викинг Сан» провела свой первый сезон, совершая первый в мире круиз компании, охватывающий 141 день и посещая пять континентов. В этом году она отправится в еще два глобальных перехода: 128-дневный круиз «Viking World 2019» и 245-дневный круиз «Viking Ultimate World». В 2018 году Викинг Орион отправился в путешествие по Ближнему Востоку, Австралии, Новой Зеландии, Азии и Аляске. А в 2019 году новейшее пополнение флота «Викинг Юпитер» начнет свой первый сезон путешествиями в Средиземное море, Скандинавию, Балтику и Южную Америку. [22]

Каждое идентичное родственное судно перевозит только 930 гостей и спроектировано в масштабе 745 футов, а это почти 228 метров, обеспечивающем прямой доступ в большинство портов.

Следует рассмотреть каждый океанский лайнер по отдельности, для этого представлена таблица с указанием технических характеристик каждого океанского лайнера компании «Viking Ocean Cruises». (Табл. 2.2.1.)

Таблица 2.2.1. Технические характеристики океанских лайнеров компании «Viking». (Таблица составлена на основании предоставленных данных на сайте компании «Viking Ocean Cruises»).

Технические характеристики океанских лайнеров компании «Viking»						
Название лайнера	«Viking Star»	«Viking Sea»	«Viking Sky»	«Viking Sun»	«Viking Orion»	«Viking Jupiter»
Класс	Люкс (DeLuxe)	Люкс (DeLuxe)	Люкс (DeLuxe)	Люкс (DeLuxe)	Люкс (DeLuxe)	Люкс (DeLuxe)
Год постройки	2015	2016	2017	2017	2018	2019
Вместимость	930 пассажиров	930 пассажиров	930 пассажиров	930 пассажиров	930 пассажиров	930 пассажиров
Водоизмещение	48 000 тонн	48 000 тонн	48 000 тонн	48 000 тонн	48 000 тонн	48 000 тонн
Количество палуб	10 (9 пасс.)	10 (9 пасс.)	10 (9 пасс.)	10 (9 пасс.)	10 (9 пасс.)	10 (9 пасс.)
Длина	227 м	227 м	227 м	227 м	227 м	227 м
Ширина	29 м	29 м	29 м	29 м	29 м	29 м
Валюта на борту	USD	USD	USD	USD	USD	USD

Все лайнеры были созданы опытными мореплавателями, архитекторами и дизайнерами, повсюду чувствуется современный скандинавский дизайн. Все каюты на лайнерах – с балконами, где предоставляется широкий выбор кают, от комфортных, стандартных с балконом «Veranda Stateroom» до множества привилегий и удобств в просторных каютах «Explorer Suites». (Рис. 2.2.2. Интерактивный План Палубы) [23]

«Viking Ocean Cruises» позиционируется как компания класса - Upper Premium. Маршруты специально разработаны, чтобы предложить более длинные стоянки в портах, чем конкуренты. В том числе с ночевками, чтобы пассажиры могли воспользоваться ночной жизнью в некоторых городах. Стоимость круизов высокая, но в неё включены портовые сборы, чаевые и некоторые экскурсии. [24]

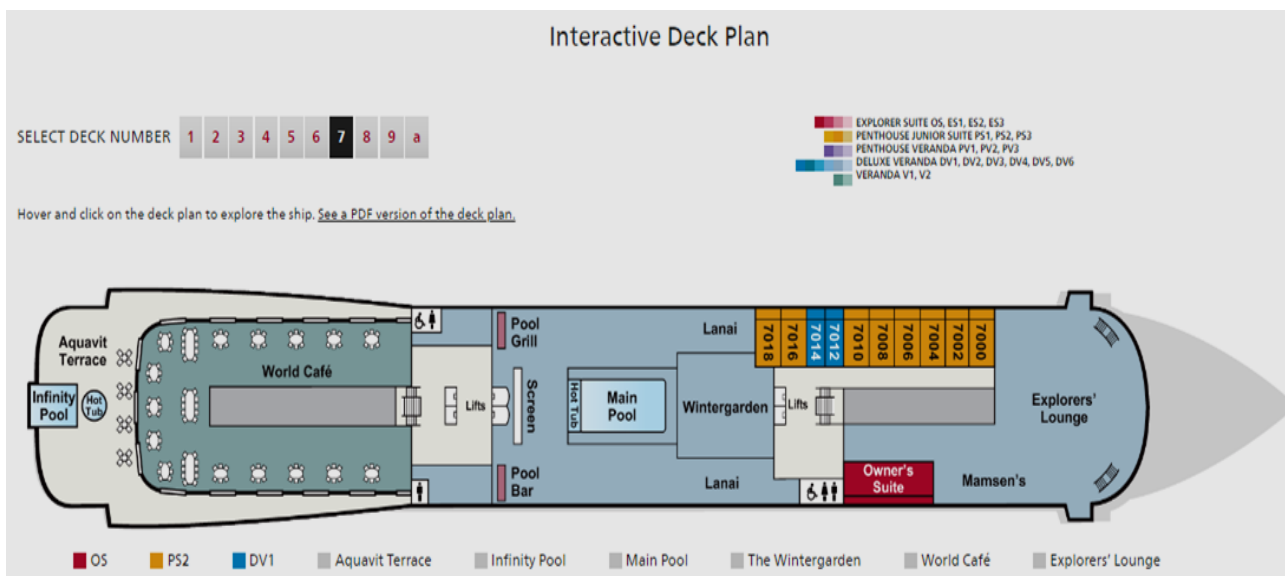


Рисунок 2.2.2. Интерактивный план 7 – ой палубы. (Источник: <https://www.vikingcruises.com/oceans/ships/viking-star.html>)

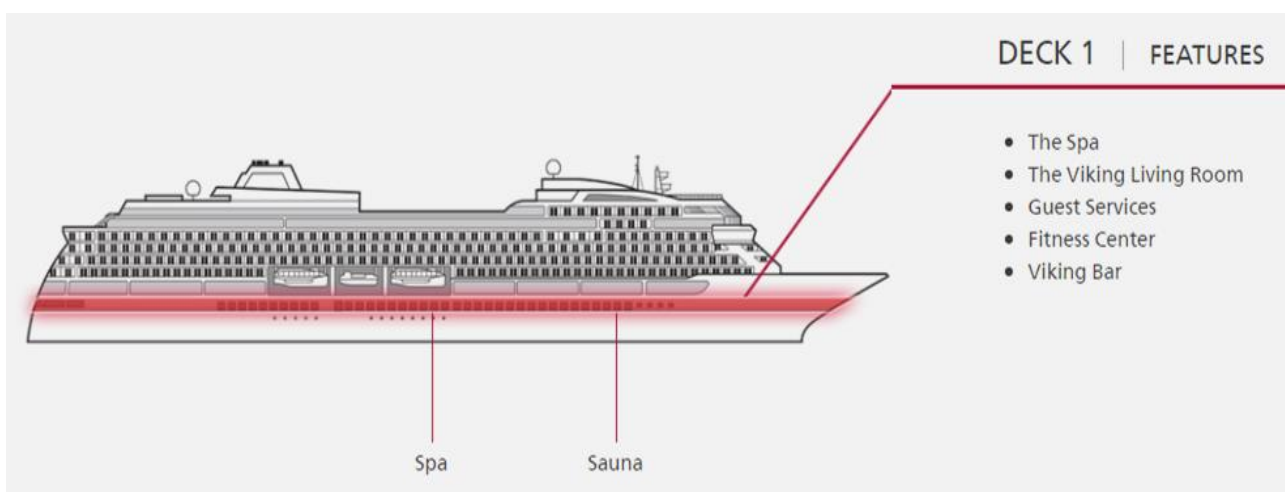


Рисунок 2.2.3. Особенности первой палубы (источник: <https://www.vikingcruises.com/oceans/ships/viking-star.html>).

Планируется, что в 2020г. компания займёт 24% доли круизов этого класса и станет лидером в данном сегменте.

На российском рынке «Viking Ocean» практически неизвестна. Имеет высокий рейтинг пассажиров, в основном из США. Русского сервиса на борту нет, но встречаются русскоговорящие сотрудники. Круизы компании могут быть интересны обеспеченным путешественникам с хорошим знанием английского языка. [24]

### 2.3. Основные услуги на круизе. Цена и качество на морском круизе

На сегодняшний день, уровень обслуживания туристов и обеспечения их различными услугами во время круиза может сравниться лишь с дорогими курортами. На морских теплоходах созданы все условия для того, чтобы путешествие прошло без забот.

Лайнеры компании «Викинг» предлагают широкий выбор кают по потребностям и возможностям гостя. От просторных кают «Veranda» до множества дополнительных привилегий и удобств в наших просторных люксах «Explorer». И какую бы каюту не выбрал гость, он найдет ее красиво оформленной в сдержанной элегантности, которой славится «Викинг». [22]

Особенности кают компании «Викинг»:

#### 1. Веранда-Каюта (V):

- Размер, включая частную веранду: 270 кв.м
- 11:00 посадка
- Доступ к каюте в 15:00
- Бронирование береговых экскурсий: за 60 дней до вылета
- Королевская кровать Viking Explorer с роскошным постельным бельем и подушками
- Бесплатный Wi-Fi (скорость подключения может отличаться)
- Интерактивный ЖК-телевизор с 42-дюймовым плоским экраном и интуитивно понятным пультом дистанционного управления
- Розетки 110/220 В и порты USB
- Мини-бар с безалкогольными напитками, водой и закусками; безопасный сейф; фен
- Прямой спутниковый телефон и сотовая связь
- Большая ванная комната с просторной застекленной душевой кабиной, пол в ванной с подогревом и противотуманное зеркало
- Туалетные принадлежности «Premium Freuja®»; плюшевые халаты и тапочки
- Очищенная вода пополняется ежедневно
- Каюта стюард и уборка дважды в день
- 24-часовое обслуживание номеров
- Просторный шкаф и ящики

#### 2. Каюта Делюкс с верандой (DV):



- Размер, включая частную веранду: 270 кв.м, 11:00 посадка - 2:00 вечера доступ к каюте
  - Приоритетное бронирование береговой экскурсии: за 67 дней до отправления
  - 1 гарантированное приоритетное бронирование в каждом альтернативном ресторане: за 60 дней до вылета
  - Приоритетное бронирование спа-процедур: за 60 дней до вылета
  - Королевская кровать «Viking Explorer» с роскошным постельным бельем и подушками
  - Бесплатный Wi-Fi (скорость подключения может отличаться)
  - Интерактивный ЖК-телевизор с 42-дюймовым плоским экраном и интуитивно понятным пультом дистанционного управления
  - Розетки 110/220 В и порты USB
  - Мини-бар с безалкогольными напитками, водой и закусками (пополняется один раз в день); безопасный сейф; фен
  - Прямой спутниковый телефон и сотовая связь
  - Большая ванная комната с просторной застекленной душевой кабиной, пол в ванной с подогревом и противотуманное зеркало
  - Туалетные принадлежности Premium Freuja®; плюшевые халаты и тапочки
  - Очищенная вода пополняется ежедневно
  - Каюта стюард и уборка дважды в день
  - 24-часовое обслуживание номеров
  - Просторный шкаф и ящики
3. Пентхаус Веранда Каюта (ПВ):
- Размер, включая частную веранду: 338 кв.м. 11:00 посадка - 13:00 доступ в каюту
  - Приоритетное бронирование береговой экскурсии: 77 дней до отправления
  - 2 гарантированных приоритетных бронирования в каждом альтернативном ресторане: за 70 дней до вылета
  - Приоритетное бронирование спа-процедур: за 70 дней до вылета
  - Королевская кровать Viking Explorer с роскошным постельным бельем и подушками
  - Бесплатный Wi-Fi (скорость подключения может отличаться)
  - Интерактивный ЖК-телевизор с 42-дюймовым плоским экраном и интуитивно понятным пультом дистанционного управления

- Розетки 110/220 В и порты USB
- Мини-бар с алкогольными напитками, безалкогольными напитками, водой и закусками (пополняется один раз в день); безопасный сейф; фен
- Прямой спутниковый телефон и сотовая связь
- Большая ванная комната с просторной застекленной душевой кабиной, пол в ванной с подогревом и противотуманное зеркало
- Туалетные принадлежности Premium Freuja®; плюшевые халаты и тапочки
- Очищенная вода пополняется ежедневно
- Каюта стюард и уборка дважды в день, 24-часовое обслуживание номеров
- Просторный шкаф и ящики
- Бесплатные услуги прессования и чистки обуви
- Приветственная бутылка шампанского

Пассажиры круизного судна могут сойти на берег без визы при условии, что они:

- пребывание на территории Российской Федерации менее 72 часов и только на время предварительно забронированных и предоплаченных туров.
- иметь гарантированное бронирование туристических услуг с сертифицированным местным оператором (например, MIR Travel)
- иметь тур билет (ваучер), выданный сертифицированным местным оператором
- размещение на борту судна
- прибытие и отбытие с тем же круизным судном

На борту круизных лайнеров компании «Викинг» пассажирам предлагаются два бассейна, один - подогреваемый, со стеклянной раздвижной крышей, что позволяет насладиться водными процедурами в любую погоду. Вечером это место наблюдения за звездами, а также просмотра “Кино под звездами” на большом экране. Второй бассейн - Infinity, находится на корме и благодаря стеклянной стене визуально продолжается в море. Рядом также находится горячая джакузи, позволяющее расслабиться на открытой палубе, отделанной натуральным тиком, а вечером она превращается в террасу Aquavit Terrace, где приятно поужинать с видом на мерцающую поверхность воды. [23]

Кроме того, имеется SPA-центр с бассейном, который воплощает традиции нордической велнесс-философии.

Лучшим местом для отдыха на палубе является – Зимний сад. Это очаровательное пространство вокруг основного бассейна идеально подходит для отдыха в просторной светлой скандинавской обстановке. Здесь сервируется чай разных сортов, а также подаются сэндвичи и свежая выпечка.

В Explorer's Lounge с панорамными окнами подаются традиционные скандинавские закуски от копченого лосося до разнообразных сыров и сэндвичей.

Отдыхая на борту лайнеров, гостям не придется беспокоиться о дополнительных тратах, ведь многие услуги уже входят в стоимость круиза. Питание, напитки, береговые экскурсии, wi-fi на борту, доступ в SPA-зону, портовые сборы и таксы – всё уже включено в стоимость.

Дополнительно начисляется только сервисный сбор в размере 15 USD/чел/ночь, который распределяется между обслуживающим персоналом в качестве поощрения за высокий уровень сервиса и заботы о гостях. [24]

На борту предлагаются бесплатно домашние вина, пиво и безалкогольные напитки во время обеда и ужина, а также специализированные сорта кофе и различные горячие чаи круглосуточно. При желании можно приобрести дополнительно пакет напитков Silver Spirits, который покрывает любые напитки (за исключением шампанского) стоимостью до 15 долларов США, включая премиальные вина по бокалам, коктейли, пиво, прохладительные напитки. Пассажиры могут приобрести пакет до отправления или уже на борту. Обратите внимание, что для покупки и употребления алкогольных напитков гостям должно быть 21 год или более. Оба гостя в каюте должны приобрести пакет напитков, чтобы он был действительным. [24]

### Глава 3. Исследование деятельности ООО «Туркомпания «МИР»

#### 3.1. Общая характеристика ООО «Туркомпания «МИР»

Прежде чем проанализировать непосредственно деятельность ООО «Туркомпания «МИР», целесообразно дать краткое описание этой компании, ее организационной структуры, видов деятельности, объема предоставляемых услуг; исследовать сферу функционирования компании, а именно функции каждого подразделения, схемы взаимодействия компании с потребителями и поставщиками услуг. На основе этого исследования можно будет сделать вывод о том, какие из предлагаемых услуг необходимы компании для успешного функционирования.

ООО «ТК «МИР» была образована в 1992 году в числе первых негосударственных туристских фирм Санкт-Петербурга. За 25 лет своего существования компания превратилась в крупную, динамично развивающуюся фирму. Сегодня туристическая компания «МИР» входит в число десяти крупнейших фирм Санкт-Петербурга, работающих на рынке въездного туризма.[25]

Штат компании из трех человек за эти годы увеличился до 60 сотрудников. Головной офис компании находится в Санкт-Петербурге (45 сотрудников) и филиал в Москве.

За годы своего существования фирма была удостоена более 30 наград, в числе которых:

- диплом за лучший международный проект года;
- диплом Комитета по туризму «Лучшая фирма по приему иностранных туристов»;
- диплом Комитета по туризму «Лучший экскурсионный маршрут, посвященный 300-летию Санкт-Петербурга»;
- диплом Санкт-Петербургской общественной организации «Ассоциация работников туристско-экскурсионных предприятий» «Лучшая турфирма по организации внутреннего туризма»;
- диплом Комитета по туризму «Лучший проект/программа по развитию внутреннего туризма»;
- диплом Комитета по туризму «Лучшая образовательная и научно-исследовательская программа в туризме». [25]

Сотрудники компании – это высококвалифицированные специалисты, большинство имеют специальное туристское образование. Менеджеры компании говорят на многих иностранных языках – английском, испанском, немецком, французском, португальском.

Фирма хорошо известна на внутреннем и международном туристских рынках. Ежегодно компания участвует в качестве экспонента на крупных международных и российских туристских выставках в Лондоне, Берлине, Мадриде, Барселоне, Москве, Киеве, Астане, а также в workshop(ах) во многих городах России. В 2011 году фирма впервые приняла участие в трех новых для себя выставках в Бразилии, Аргентине и Мексике.

Для продвижения своего продукта компания ежегодно издает цветные каталоги на русском, английском и испанском языках.

По своей организационно-правовой форме ООО «ТК «МИР» является обществом с ограниченной ответственностью. Участниками Общества являются физические лица. Компания действует на основании устава. ООО «Туристическая компания МИР» для осуществления туроператорской деятельности включена в единый реестр туроператоров.

Для осуществления туроператорской деятельности по въездному туризму ООО «ТК «МИР» ежегодно заключает договора, как с покупателями своих услуг, так и с поставщиками услуг. 95% покупателей услуг туркомпании это юридические лица - крупные и более мелкие туристские агентства, которые являются агентами компании по продаже ее туров. Данная деятельность осуществляется на основе агентского договора.

Для формирования своих туров ООО «ТК «МИР» заключает договора с поставщиками услуг и обслуживающими организациями, такими как гостиницы, музеи, театры, транспортными предприятиями и так далее. (всеми необходимыми объектами туристской инфраструктуры). На данный момент договора заключены более чем со 150 предприятиями туристской инфраструктуры в Санкт-Петербурге, Москве, Ярославле, Угличе, Великом Новгороде, Пскове и других городах России.

Для осуществления турагентской деятельности по выездному туризму компания заключает агентские договора с крупными туроператорами России, такими как Пегас туристик, Верса, Эдельвейс и другими.

На иностранном рынке компания сотрудничает с ведущими туристскими фирмами США, Европы, Японии, Канады.

Во главе компании стоит генеральный директор, он занимается вопросами стратегического планирования, связями с общественностью, общими организационными вопросами. Заместитель директора подчиняется только генеральному директору и лично курирует работу всех департаментов, а также решает все организационные вопросы в отсутствие главы фирмы.

Головной офис компании состоит из следующих департаментов:

- департамент внутреннего туризма (или российский отдел);

- департамент международного въездного туризма (или иностранный отдел);
- департамент круизного туризма (или круизный отдел);
- департамент выездного туризма (или отдел отправки);

Также в компании есть транспортные отдел, IT-отдел, бухгалтерия и хозяйственная служба.

Каждый департамент управляется начальником департамента – наиболее компетентным сотрудником, умеющим управлять, обладающим большим опытом работы и необходимым образованием. Все начальники департаментов подчиняются генеральному директору и заместителю ген. директора. В обязанности начальников департаментов входит: планирование работы департаментов, распределение обязанностей, контроль выполнения работ, принятие важных решений.

Менеджер каждого департамента:

- ведет переписку с клиентами;
- делает обработку и расчет заявок;
- составляет программы туров согласно заявке;
- бронирует гостиницы, музеи, транспортное обслуживание, экскурсионное обслуживание, культурные мероприятия в соответствии с подтвержденной программой.

Главный бухгалтер осуществляет бухгалтерский учет и контроль, а также все финансовые дела фирмы, организует правильную финансовую отчетность в каждом департаменте и проверяет ее, контролирует приход и расход денег, все финансовые операции, проверяет поступление средств на банковский счет и ведет все банковские операции. Кассир также подчиняется главному бухгалтеру. Главный бухгалтер подчиняется генеральному директору и заместителю генерального директора.

Контроль деятельности каждого департамента осуществляется путем ежесезонных отчетов начальников департаментов, а финансовый контроль осуществляет контролер, сравнивая предварительные калькуляции с действительными документами финансовой отчетности. Так как туризм является отраслью с ярко выраженной сезонностью, то периодами отчетности являются не месяцы, а кварталы, что облегчает работу бухгалтерии.

Для каждого сотрудника фирмы разработана должностная инструкция, которая подписывается генеральным директором и сотрудником.

Более подробно функции каждого департамента будут рассмотрены ниже. Организационная структура, приведенная выше, является наиболее эффективной и

рациональной для фирмы, занимающейся сразу несколькими видами деятельности и обслуживающей достаточно большой поток туристов.

Схема организационной структуры туристической фирмы «МИР» приведена в Приложении 2.

ООО «Туркомпания «МИР» имеет в собственности офисное помещение, площадью 350 м<sup>2</sup>, расположенных на Невском проспекте, д.11/2, а также 4 транспортных средства: 3 автобуса, где один на 53 места, а два других на 49 мест, микроавтобус 7 мест, 2 легковые машины. [25]

Режим работы турфирмы: по будням с 10.00 до 19.00; суббота, воскресенье – выходные.

### 3.2. Направления и специализация работы ООО «ТК «МИР»

«Туркомпания «МИР» считает своей основной миссией привлечение внимания зарубежных и российских туристов к Санкт-Петербургу, к его культурному потенциалу, к возможности полноценного и разнообразного отдыха, к развитию различных видов туризма в данной рекреационной зоне. Фирма занимается приемом российских и иностранных граждан в Санкт-Петербурге, бронированием гостиниц, организацией круизов по России. Разработка и организация специальных познавательно-образовательных программ совместно с крупнейшими музеями Санкт-Петербурга: Государственным Эрмитажем, Русским музеем, музеем Истории Города, Государственными музеями – заповедниками Петергоф и Царское Село, позволяет формировать новые туры по Санкт-Петербургу, с помощью которых компания открывает возможность увидеть наш город с другой стороны и познать что-то новое, даже для тех туристов, кто уже не раз бывал в Санкт-Петербурге.

ООО «Туркомпания «МИР» работает как туроператор на рынке въездного туризма и как турагент на рынке выездного туризма. Более 95% оборота компании составляют услуги по въездному туризму. ООО «Туркомпания «МИР» создает и реализует иностранным и российским гражданам туристские пакеты, включающие в себя размещение в гостиницах, транспортное обслуживание, экскурсионное обслуживание (посещение музеев, предоставление экскурсоводов и гидов-переводчиков), питание в ресторанах и кафе, вечерние культурно – развлекательные программы. Компания предоставляет услуги, как группам туристов, так и индивидуальным туристам. Одним из видов деятельности является организация, проведение и обслуживание семинаров, конференций и Incentive поездок.

Далее рассмотрим объем предоставляемых услуг.

Ежегодно увеличивается количество реализованных туров ООО «Туркомпанией МИР». Данные за последние 3 года представлены в таблице 3.2.1.

Таблица 3.2.1.Количество реализованных туров ООО «Туркомпанией «МИР» за 2016-2018 г.г. (Таблица составлена автором на основе предоставленных данных)

Предлагаемые услуги	2016	2017	2018г	2018 и 2017		2016 и 2018	
				Разница		Разница	
Въездной туризм				Кол-во	%	Кол-во	%
Отдел иностранного приема	3324	3825	4125	300	8	801	24
Круизный отдел	10009	10887	11435	548	5	1426	14
Отдел российского приема	7811	6176	7384	1208	20	-427	-5
Экскурсии для петербуржцев	6278	6701	8467	1766	26	2189	35
Отдел выездного туризма	936	1044	1147	103	10	211	23
<b>ВСЕГО</b>	<b>31762</b>	<b>31783</b>	<b>33630</b>	<b>1847</b>	<b>6</b>	<b>1868</b>	<b>6</b>

Данная таблица свидетельствует о том, что, несмотря на экономический кризис, компания ежегодно увеличивает объем предоставляемых услуг в среднем на 6 % ежегодно.

Таблица 3.2.2.Количество реализованных туров круизного отдела туркомпании «МИР». (Таблица составлена автором на основе предоставленных данных).



Из данной таблицы следует, что круизный отдел обладает огромным потенциалом к увеличению прибылью за счет продаваемых услуг на два года вперед.



Рассмотрим функции каждого подразделения компании.

#### Иностранный отдел

Этот департамент предоставляет весь комплекс туристских услуг для иностранных туристов, приезжающих в Россию (индивидуально или в составе групп).

Менеджеры Иностранного отдела, в зависимости от загруженности, распределяют между собой заявки, поступившие от клиентов, и выполняют предварительный расчёт (калькуляцию) стоимости тура. В случае заключения договора, они занимаются организацией приёма туристской группы (индивидуального туриста) в России. Это включает в себя бронирование гостиниц, заказ транспорта и питания, организацию экскурсий, посещений театров, музеев. До самого отъезда группы работу с ней ведёт один менеджер.

В Иностранном отделе нет разделения обязанностей менеджеров в зависимости от вида туров (туристские группы, сборные туры, индивидуальные туры), но существует разделение по странам заказчика. Например, запросы из Испании, Мексики обрабатывает менеджер, владеющий испанским языком, из Бразилии, Португалии – менеджер, владеющий португальским языком и так далее.

Менеджер должен контролировать своевременную оплату счетов по всем операциям, производимым в рамках работы с клиентом. Как только первый счёт будет выставлен, менеджер обязан направить его, вместе с калькуляцией, контроллеру. По окончании работы с группой каждый менеджер обязан представить в администрацию отчёт о проделанной работе, включающий также и финансовые показатели.

#### Российский отдел

В обязанности Российского отдела входит приём русскоговорящих индивидуальных туристов и туристских групп из России и стран ближнего зарубежья.

Менеджеры Российского отдела распределяют между собой заявки, поступившие в отдел по видам туров. Одни менеджеры занимаются работой с туристскими группами, другие - с индивидуальными туристами, третьи занимаются сборными турами. Так же, как и в иностранном отделе, на основании заявок, поступивших от клиентов, менеджер подготавливает ценовое предложение для заказчика и в случае подтверждения обслуживания производит бронирование всех необходимых услуг.

В конце месяца начальник отдела составляет отчёт с показателями деятельности отдела за месяц. Менеджер должен контролировать своевременную оплату счетов по всем операциям, производимым в рамках работы с клиентом. Счета, выставленные поставщиками услуг компании МИР, также как и счета выставленные компанией МИР

клиенту должны быть направлены контроллеру (до начала тура и в конце месяца, вместе с итоговой калькуляцией).

#### Круизный отдел

Данный департамент предоставляет экскурсионное обслуживание иностранным туристам, путешествующих по маршруту Санкт-Петербург-Москва и Москва-Санкт-Петербург на борту четырех речных круизных теплоходов, принадлежащих крупнейшей европейской речной круизной компании «Viking River Cruises», а также иностранным туристам, прибывающих в Санкт-Петербург на борту океанского теплохода «Island Sky», заходящего в Санкт – Петербург в рамках балтийских круизов.

Менеджеры круизного отдела не составляют калькуляции для каждого круиза в отдельности, так как программа круизов повторяется в течение всей навигации. Поэтому перед началом сезона начальник данного департамента составляет калькуляцию стандартной программы на весь сезон.

Работа менеджеров данного департамента заключается не в продаже данных туров, а в обслуживании туристов, уже купивших данный тур за границей. Согласно утвержденной программе тура и актуальному количеству человек, производится бронирование всех необходимых услуг в Санкт-Петербурге и Москве, таких как автотранспорт, музеи, театры, услуги гидов, также экскурсий в городах на маршруте между Санкт-Петербургом и Москвой. В связи с большим количеством туристов на каждом круизе, в обязанности менеджеров данного департамента входит также контроль посещения туристами каждого музея (театра), включенного в программу тура.

Так же, как и в других отделах, в конце каждого месяца начальник отдела составляет итоговую калькуляцию со стоимостью услуг по всем круизам за месяц.

#### Отдел выездного туризма

Как уже упоминалось выше, компания «МИР» является турагентом по выездному туризму, то есть самостоятельно не формирует туры по этому направлению. Менеджеры отдела отправки производят мониторинг предложений туроператоров по различным направлениям, оформляют договора на приобретение тура, бронируют и отслеживают заявки туроператорам, подготавливают необходимые для клиента документы для турпоездки.

В компании также работают 3 менеджера, которые не относятся к какому - либо департаменту, но организуют работу по размещению в гостиницах, транспортному обслуживанию, музейному обслуживанию для всех департаментов, работающих по въездному туризму. Данные менеджеры (каждый по своему направлению) подготавливают договора с гостиницами, транспортными предприятиями, музеями на

предстоящий сезон, аккумулируют все заявки от менеджеров всех департаментов на размещение, транспортное и музейное обслуживание, контролируют выполнение данных заявок.

В задачи бухгалтерии входит осуществление необходимых платежей, учёт финансовых показателей деятельности компании, составление бухгалтерских отчетов. Для этого выставленные счета и платежи по ним регистрируются в системе 1 С. Перед регистрацией в системе счета проходят проверку у контроллера.

Контроллер проверяет, что сумма, на которую выставлен счет поставщиком услуг компании МИР, не превышает сумму, заданную в калькуляции. После проверки счет отдается в бухгалтерию на оплату. Контроллер также сверяет оплаты клиентов по счетам со стоимостью, указанной в калькуляции. В конце каждого месяца итоговые калькуляции сверяются с предварительными данными.

Будучи одним из самых уважаемых в Санкт-Петербурге туроператоров, туристическая компания «МИР» обслуживает российских и зарубежных туристов, предоставляя им практически неограниченные варианты экскурсий и туров по России и странам СНГ. В репертуаре компании насчитываются более 80 экскурсий, которые регулярно обновляются и совершенствуются. Туркомпания, в первую очередь, предлагает регулярные туры в Москву и Санкт-Петербург, осуществляет организацию индивидуальных туров и экскурсий, организывает групповые туры. Для летнего отдыха предлагается возможность подобрать туры на различные морские курорты России, например, Краснодарского края и Кавказских минеральных вод. Разная длительность путешествий в 2018-2019 году и «звездность» жилья позволяют найти и экономичный, и роскошный тур в эти регионы.

Организация круизов занимает не последнее место в деятельности турфирмы. Компания предлагает огромное количество морских и речных путешествий для российских и зарубежных туристов. Речные круизы по территории России могут совершаться в одном направлении или по кольцевому маршруту. Этот популярный вид туризма позволяет увидеть страну, насладиться ее уникальной природой. И впечатлений от такого доступного отдыха несколько не меньше, чем от дорогостоящих заграничных поездок. Путешествуя по Волге, можно увидеть множество древних российских городов, полюбоваться живописными берегами самой длинной европейской реки.

Конкурентами турфирмы «МИР», можно считать практически все турфирмы Санкт-Петербурга, которые занимаются внутренним туризмом, осуществляя организацию круизных туров. Для полного понимания ситуации на рынке туристских услуг, следует

провести анализ конкурентной среды (См. Приложение 1.). Анализ позволит оценить конкурентоспособность туристической компании «МИР».

В данной таблице приведены несколько компаний туристического рынка, чтобы проанализировать их конкурентоспособность. Среди представленных компаний не выявилось главного лидера, но имеются турфирмы, которые выделяются среди большинства. Основным критерием для оценки конкурентоспособности было наличие круизных маршрутов.

На основе приведенного сравнительного анализа конкурирующих предприятий определились негативные параметры туристической компании «МИР», которые способствуют заторможенному развитию в конкурентной среде. Исходя из полученных данных, видно, что компания отстает в ассортименте предлагаемых круизных маршрутов от своих конкурентов и теряет свои позиции перед ними. Не смотря на долгий срок пребывания на рынке туристских услуг, компании следует уделять должное внимание мероприятиям и нововведениям, которые проводят и предлагают их конкуренты. А именно не оставаться позади современного развития.

Следует отметить, следующие преимущества турфирмы «МИР» среди конкурентов: большой опыт работы, удачное месторасположение, наличие постоянных клиентов.

### 3.3. Анализ деятельности туристической компании ООО «Туркомпания МИР»

Основные показатели, характеризующие работу турфирмы, представлены в следующих таблицах:

Таблица 3.3.1. Анализ финансово-экономических показателей деятельности ООО «ТК «МИР» за период 2017-2018 гг. (Таблица составлена на основе предоставленных данных от бухгалтерии ООО ТК «МИР»).

Код строки	Наименование показателя	За предыдущий год (2017 г.)	За отчетный год (2018 г.)	Абсолютное отклонение
2110	Выручка	263907	297102	33195
2120	Себестоимость продаж	(184079)	(189730)	-5651
2100	Валовая прибыль (убыток)	79828	107372	27544
2210	Коммерческие расходы	0	0	0
2220	Управленческие расходы	28947	30567	1620
2200	Прибыль (убыток) от продаж	50881	76805	25924

2310	Доходы от участия в других организациях	0	0	0
2320	Проценты к получению	29	234	205
2330	Проценты к уплате	(1371)	(306)	1065
2340	Прочие доходы	205343	173880	-31463
2350	Прочие расходы	(205425)	(175508)	29917
2300	Прибыль (убыток) до налогообложения	49457	75105	25648
2410	Текущий налог на прибыль	(9891)	(16956)	-7065
2400	Чистая прибыль (убыток)	39566	58149	18583
2500	Совокупный финансовый результат периода	39566	58149	18583

Из приведенной таблицы видно, что в динамике наблюдается увеличение объемов продаж, на 2017 год суммарный объем выручки составил 263907 тыс. руб. Прирост объема предоставляемых товаров и услуг положительно влияет на финансовое положение предприятия, увеличивает его долю рынка. На конец 2018 года суммарный объем выручки составил 50286 тыс. руб. Разница составила 33195 тыс. руб.

Для того чтобы получить наглядную оценку сил предприятия и ситуации на рынке, применяется SWOT - анализ.

SWOT - анализ - это анализ сильных и слабых сторон предприятия, появляющихся возможностей и угроз из внешней среды. Применение данного анализа позволяет систематизировать имеющуюся информацию, и, увидев всю картину, принимать взвешенные решения, касающиеся усовершенствования предлагаемых услуг. Таблица SWOT- анализа необходима для выбора стратегии развития предприятия и выбора наилучшей маркетинговой стратегии.

Таблица 3.3.2. SWOT-анализ туристической компании «МИР» (Таблица составлена автором на основе логического анализа).

	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда	Местоположение (центр города)	Зависимость загрузки от сезонов года
	Долгий срок работы в сфере туристского бизнеса	Неэффективная рекламная деятельность
	Благоприятный имидж на туристских рынках	Отсутствие страницы в популярных социальных сетях
	Наличие собственного веб-сайта	Отсутствие программы лояльности
Внешняя среда	Возможности	Угрозы

	Расширить ассортимент предоставляемых услуг	Снижение платежеспособности населения
	Поддержка туристической деятельности государством	Нестабильная политическая ситуация в странах, пользующихся большим спросом у потребителя
	Проведение маркетинговых исследований по изучению новых каналов сбыта	Запрет государства на определенные туры.
	Выход на рынки СНГ	Снижение сезонного спроса (в зимний период)

Завершающим шагом в построении SWOT-анализа деятельности предприятия является SWOT матрица, помогающая сделать правильные выводы по проведенному анализу.

Таблица 3.3.3. SWOT матрица возможных стратегий (Таблица составлена автором на основе логического анализа)

		Сильные стороны	Слабые стороны
		1. Местоположение (центр города) 2. Долгий срок работы в сфере туристического бизнеса 3. Благоприятный имидж на туристских рынках 4. Наличие собственного веб-сайта	1. Зависимость загрузки от сезонов года 2. Неэффективная рекламная деятельность 3. Отсутствие страницы в популярных социальных сетях 4. Отсутствие программы лояльности
Возможности	1. Расширить ассортимент предоставляемых услуг 2. Поддержка туристической деятельности государством 3. Проведение маркетинговых исследований по изучению новых каналов сбыта 4. Выход на рынки СНГ	1. Привлечение новых потребителей за счет рекламной компании; 2. Повышение уровня сотрудничества с государственными органами власти; 3. Проведение рекламных туров и конференций для потребителей с целью изучения предлагаемых услуг; 4. Расширение территории охвата возможных потребителей.	1. Поиск новых направлений для стабилизации спроса; 2. Стимулирование регионов на создание бренда городов России; 3. Привлечение IT-специалистов для освоения новых рынков сбыта за счет социальных сетей; 4. Создание программы лояльности позволяющей привлекать новых потребителей.

Угрозы	<p>1.Снижение платежеспособности населения</p> <p>2.Не развитая инфраструктура в городах, пользующихся большим спросом у потребителя</p> <p>3.Запрет государства на определенные туры.</p> <p>4.Снижение сезонного спроса (в зимний период)</p>	<p>1. Улучшение способов оплаты и взаимодействия с туристом на расстоянии;</p> <p>2.Создание привлекательного образа в регионах для сотрудничества с крупными компаниями;</p> <p>3. Диверсификация туристского продукта за счет других рынков сбыта;</p> <p>4.Увеличение каналов сбыта и своевременное обновление программ на сайте компании.</p>	<p>1. Диверсификация предлагаемых услуг, с учетом возможностей общества;</p> <p>2.Переход к современным стандартам сервиса, позволяющий повысить условия пребывания и возможности рекламных кампаний;</p> <p>4.Необходимость внедрения программы лояльности для повышения спроса в периоды спада.</p>
--------	---	---	---

На основе приведенного выше анализа можно сделать выводы о потенциале развития и продвижения туристической компании на рынке услуг, который кроется в устранении слабых сторон, умелом использовании возможностей и учете угроз. Таким образом, в целях совершенствования предлагаемых услуг возможны следующие рекомендации:

1. Усилить слабые стороны:
  - Применить новые методы продвижения услуг, а именно создать страницу на популярных сайтах, тем самым привлекая новых клиентов.
  - Внедрить программу лояльности для удержания клиентов.
2. Использовать возможности:
  - Наиболее часто проводить маркетинговые исследования для улучшения продвижения по каналам сбыта.
3. Устранить угрозы:
  - Разработать новые туристские дестинации для привлечения туристов в периоды спада.

По проведенному SWOT-анализу, можно сделать вывод, что туристическая компания «МИР» занимает почетное место на данном рынке, имея при этом сильные стороны и стремясь устранить существующие угрозы.

Для компаний важно определять воздействие внешних факторов, которые могут влиять на их деятельность. На факторы макросреды компания не может влиять, но может их контролировать, учитывая их в разработке своей стратегии. Для анализа внешней среды предприятия и факторов, которые могут повлиять, используется PESTLE анализ (См. таблицу 2.2.3.).

Таблица 2.2.3. Оценка степени влияния внешних факторов на деятельность туристических компаний (Таблица составлена автором на основе логического анализа).

Описание фактора	Вес*	Экспертная оценка*					Средняя оценка
		Вероятность изменения					
<b>1. Политические факторы</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>
1.1. Стабильность правительства	3	5	4	2	5	3	3,8
1.2. Налоговая политика	5	4	4	4	3	5	4
1.3. Внутривнутриполитические конфликты	5	4	3	2	5	4	3,6
1.4. Визовый режим	5	4	4	5	2	3	3
<b>2. Экономические факторы</b>							
2.1. Инфляция	4	3	4	2	5	5	2,8
2.2. Экономический кризис	5	3	2	3	4	4	3,2
2.3. Обменные курсы валют	5	5	4	4	3	4	4
2.4. Санкции	2	3	4	2	3	3	3
<b>3. Социально-культурные факторы</b>							
3.1. Социальная мобильность	5	4	3	3	2	2	2,8
3.2. Демография населения	4	5	3	4	3	5	4
3.3. Средняя продолжительность жизни	4	3	2	4	5	2	3,2
3.4. Уровень образования	3	4	3	5	3	2	3,4
<b>4. Технологические факторы</b>							
4.1. Инновационные разработки	5	4	3	4	5	5	4,2
4.2. Разработка новых маршрутов для круизных компаний	5	3	4	4	4	5	4
4.3. Увеличение потребителей путем внедрения новых технологий	5	3	4	5	3	5	4
4.4. Активность и развитие научно-технических исследований	4	5	2	3	3	4	3,4
<b>5. Правовые факторы</b>							
5.1. Законы о занятости населения	5	5	4	4	3	3	3,8
5.2. Законы о конкуренции и монополизации производства	4	4	2	2	4	3	3,8
5.3. Закон об охране здоровья сотрудников	2	5	3	4	2	5	3,8
5.4. Законы регулирующие деятельность предприятия	3	3	4	4	5	2	3,6
<b>6. Экологические факторы</b>							
6.1. Законы об окружающей	4	5	5	3	4	2	3,8



среде							
6.2.Потребление энергии	3	5	4	3	2	3	3,4
6.3.Утилизация отходов производства	2	5	3	4	5	2	3,8
6.4.Экологическая обстановка в мире	5	4	4	3	4	5	4

\* - для оценки были использованы значения по пятибалльной системе оценок, при этом 5 - наибольшее влияние, а 1 – наименьшее, с помощью которых определялось вероятность влияния указанных факторов.

Данный анализ помогает выявить и оценить факторы внешней среды по категориям: Р (Political) Политические, Е (Econometrical) Экономические, S (Social-Culture) Социально-культурные, Т (Technological) Технологические, L (Legal) Правовые и Е (Environmental/Ecological) Экологические факторы.

В группах технологических факторов были вариативно даны несколько позиций, которые отражали влияние социальных сетей и мобильных технологий на развитие туристского рынка. Экспертные оценки показали, что из всех групп факторов технологический фактор является наиболее значимым в туристской отрасли.

## **Глава 4. Проблемы и перспективы развития круизного туризма в компании ООО «ТК МИР»**

### **4.1. Рекомендации по повышению эффективности предлагаемых услуг ООО «ТК МИР»**

Для туристической компании главным вопросом всегда остается, что именно предложить потребителю. Некоторые идут наиболее простым путем и продают готовые образы, которые формировались на протяжении многих лет. Увеличить продажи туров позволяют и всемирные события, такие как Олимпийские игры, футбольные чемпионаты, всемирные выставки и конференции. Все это создает повышенный интерес покупателей к поездкам за границу, а значит должно учитываться при разработке нового туристического продукта.

Разработка продукта является необходимым условием, как для удовлетворения потребностей туристов, так и для сохранения рентабельности отрасли в целом. Формирование продукта должно основываться на объективных данных о представлении потребителя и о потребности рынка, а не на субъективном мнении сотрудников фирмы. Однако сотрудники очень важны в процессе разработки нового продукта, так как сами оказывают услуги. Клиенты могут помочь в разработке концепции обслуживания и процесса обслуживания, особенно в туристическом бизнесе, где клиент лично осуществляет основную часть процесса обслуживания. Основная идея модели формирования нового продукта заключается в том, что нововведения могут быть изъяты из продукта, в том случае если они не соответствуют критериям успеха на определенном этапе.

Процесс формирования продукта может быть разделен на два раздела: предварительное планирование и реализация. Предварительное планирование определяет, какие концепции услуг будут развиваться. Фирма должна иметь общее стратегическое видение и цели, которые определяют стратегию нового продукта фирмы.

Проанализировав опыт работы фирмы в разработке туристских маршрутов, а также ознакомившись с вопросами организации экскурсионных маршрутов для круизных компаний, можно сделать вывод, что разработка маршрутов для внутреннего туризма имеет большое значение для развития туризма, а также для экономики страны. В результате проведенных исследований сделаны следующие выводы:

- Руководство компании, ее менеджеры должны обладать не только практическим опытом реализации туристского продукта, но иметь и теоретические знания.
- Туристическая фирма ООО «Туркомпания МИР» зарекомендовала себя как надежная, грамотная компания, имеющая своих постоянных клиентов.

- Морские круизы, включающие экскурсии по Санкт-Петербургу, пользуется спросом у различных категорий туристов, как у молодежи, так и у людей третьего возраста.
- Круизы обладают определенной спецификой, которая выражена в том, что во время плавания туристы находятся в ограниченном пространстве (на теплоходе) и важно занять их наиболее насыщенной развлекательной программой.
- Морские круизы имеют высокую стоимость.
  - Важным при организации туров является обеспечение безопасности.

На основе выводов даны следующие рекомендации:

1. Туристскому предприятию, прежде чем приступить к формированию туристских продуктов, необходимо оценить существующее положение дел, а именно провести анализ туристского предложения и спроса. Также провести 12 оценку рыночного потенциала с целью изучения и прогнозирования рыночного спроса.

2. В современных условиях конкурентного рынка компания должна развивать свою деятельность и экономический потенциал, так это дает шанс на получение прибыли в будущем.

3. Для успешной работы планово-экономического отдела необходимо постоянно организовывать курсы повышения квалификации, а также выбрать эффективные формы для мотивации сотрудников.

4. Фирма должна проводить рекламные туры и для своих менеджеров.

5. Особое внимание следует обратить на совершенствование работы сайта и рекламирование разработанных туров среди турагентств.

6. Фирма ООО «Туркомпания «МИР» постоянно должна разрабатывать новые туры и охватывать более широкий круг потребителей.

7. В целях продвижения продукта на туристский рынок: необходимо разработать систему скидок, устраивать викторины с получением призов, организовать рекламные мероприятия с вручением сувениров, заинтересовать потребителей обширной развлекательной программой во время движения суда, по окончании круиза раздавать фотографии, сделанные скрытой камерой. Новые туристские продукты, разрабатываемые с учетом туристского спроса, использование научно обоснованных организационно-экономических условий их эффективной реализации и иные меры по повышению эффективности предпринимательской деятельности предприятия являются существенным фактором длительного выживания компании и дают ей возможность получать прибыль в современных условиях.

#### 4.2. Разработка программы нового экскурсионного маршрута в Санкт-Петербурге для пребывающих туристов на круизных судах компании «Викинг»

Экскурсионная и познавательная составляющие круизов могут удовлетворить самые разные потребности туристов. В каждом порту захода, круизные компании предлагают целую гамму развлечений: от экскурсионных туров с осмотром городских достопримечательностей до культурных событий или активных занятий. Преимущество официальных туров от круизной линии заключается в избавлении туристов от хлопот по поиску и организации своего отдыха на берегу, а организатором является лицензированная и надежная компания.

Санкт-Петербург был создан как портовый город. Город образует блестящий ансамбль с дельтой реки Невы, впадающей в Балтийское море. Как и столетия назад, сегодня Санкт-Петербургский порт играет важную роль на Балтийском море.

Санкт-Петербург всегда привлекал к себе много внимания. Однако в прошлом городу не хватало инфраструктуры, необходимой для приема круизных судов. Поэтому строительство специализированного пассажирского порта превратилось в один из самых важных проектов, и в 2010 году был построен новый пассажирский порт на Васильевском острове.

В этом году теплоходы компании «Викинг» начинают заходить в порт Санкт-Петербурга с 1 мая. Длительность пребывания любого теплохода «Викинг» составляет от одного до трех дней. «Туркомпания «МИР» обслуживает практически все теплоходы данной компании, осуществляющие морские круизы, не считая теплохода «Викинг Орион».

Среди огромного выбора океанских круизов компании «Викинг», в разделе «Круизы по Скандинавии и Северной Европе», предлагается тур, под названием «Россия и Балтийское море», который длится 11 дней. В течение круизного тура туристы посещают 4 страны – Швеция, Россия, Эстония, Дания, где количество экскурсий равняется 6. (Рис.4.2.1)

Краткая программа круизного тура «Россия и Балтийское море»:

- 1 день – Стокгольм, Швеция
- 2 день – Стокгольм, Швеция
- 3 день – Живописный круиз: Стокгольмский архипелаг
- 4 день – Санкт-Петербург, Россия
- 5 день – Санкт-Петербург, Россия

6 день – Санкт-Петербург, Россия

7 день – Таллинн, Эстония

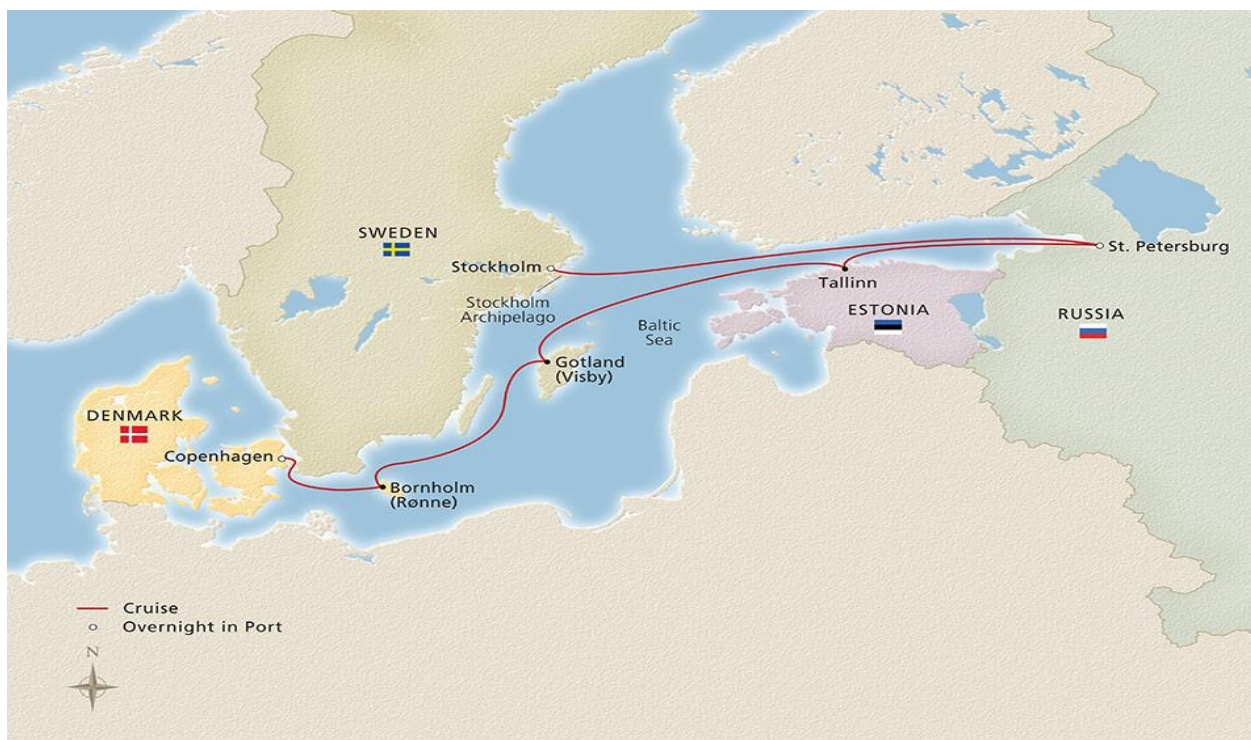
8 день – Висбю, Швеция

9 день – Борнхольм, Дания

10 день – Копенгаген, Дания

12 день – Копенгаген, Дания

Рисунок 4.2.1. Маршрут круизного тура компании «Викинг» - «Россия и Балтийское море».



Стоимость круизного тура начинается от \$ 4299,00(веранда;V2), максимальная стоимость тура на 2019 год составляет \$16990,00 (собственный люкс;OS).

Перед нами стоит задача разработать новый экскурсионный маршрут по Санкт-Петербургу, для увеличения объема предлагаемых услуг и для предоставления возможности выбора.

Из программы тура мы видим, что теплоходы компании «Викинг» стоят в порту Санкт-Петербурга три дня. Таким образом, это достаточное количество дней, чтобы предложить интересную и запоминающуюся экскурсионную программу по городу. Так как туристы сами могут выбирать количество экскурсионных дней, каждый день экскурсионного маршрута, может предлагаться отдельно.

Программа нового экскурсионного маршрута для туристов по Санкт-Петербургу.

Название: «Диалог конфессий»

Продолжительность: 3 дня

### 1 день

*Завтрак на борту судна.*

*Обзорная экскурсия по Санкт-Петербургу.* (Дворцовая площадь, Исаакиевский собор, Зимний дворец, Петропавловский собор, Спас на крови, Невский проспект, Сенатская площадь и Медный всадник).

*Экскурсия в Государственный музей истории религии.* Единственный в России и один из немногих музеев в мире, экспозиции которого представляют историю возникновения и развития религии. Собрание музея насчитывает более 180 000 экспонатов, древнейшие из которых датируются VI тыс. до н. э. Вы побываете на экскурсии «Три мировые религии».

*Обед в ресторане города*

*Лютеранская Церковь Святого Михаила в Санкт-Петербурге.* На Среднем проспекте знаменитого Васильевского острова в старинной части города есть красивая островерхая церковь евангелическо-лютеранского вероисповедания. Она носит имя Святого Архангела Михаила. Знаменитый собор находится по адресу 18/3-я линия, 32. Архитектором церкви был военный инженер Карл Бульмеринг, а знаменитый фасад в псевдоготическом стиле создал архитектор Рудольф Бернгард.

*Возвращение на борт судна.*

### 2 день

*Завтрак на борту судна*

*Буддийский храм «Дацан Гунзэчойнэй».* «Дацан Гунзэчойнэй» в переводе с тибетского Гунзэчойнэй – источник святого учения Всесострадающего Владыки-отшельника – до недавнего времени, самый северный буддийский храм. В дацан приезжают тибетские и западные учителя, читают лекции по буддийской философии, дают специальные учения и посвящения мирянам, проводят медитационные ретриты, которые, по вероучению буддистов, служат практикой для накопления благих заслуг и способом самопознания.

*Обед в ресторане города.*

*Посещение Собора Успения Пресвятой Девы Марии.* Католический собор в Санкт-Петербурге, в 1873 — 1926 годах носил статус кафедрального и был резиденцией митрополита Могилёвского, главы Католической Церкви на территории Российской Империи. В соборе регулярно проходят концерты духовной музыки, издаётся приходская газета

*Возвращение на борт судна.*

### 3 день

*Завтрак на борту судна.*

*Исаакиевский собор.* Собор преподобного Исаакия Далматского, более известный как Исаакиевский собор, представляет собой одну из главных достопримечательностей Санкт-Петербурга. Собор является крупнейшим православным храмом Северной столицы России. Помимо того, что Исаакиевский собор является православным храмом, это также государственный музей-заповедник, история которого начинается с 1928 года. Первой организованной выставкой, которую смогли посмотреть посетители, стала выставка «История строительства Исаакиевского собора», где демонстрировались рисунки, чертежи, документы, модели и прочие экспонаты, касающиеся возведения храма.

*Посещение Санкт-Петербургская Соборная мечеть.* Соборная мечеть в Санкт-Петербурге — это мусульманская святыня, шедевр восточного культового зодчества и одно из прекраснейших сооружений северной столицы. Одновременно совершать намаз в молитвенных залах могут около пяти тысяч мусульман. Расписание намазов публикуется на официальном портале.

*Обед в ресторане города.*

*Кафедральный собор святых Петра и Павла.* Лютеранская церковь в самом центре .

Эта церковь была призвана духовно окормлять всех военных евангелическо-лютеранского вероисповедания. Экскурсия по Евангелическо-Лютеранскому Кафедральному Собору святых Петра и Павла расскажет о жизни евангелической общины в калейдоскопе времён и исторических событий, вы узнаете историю Собора и услышите из первых уст об особенностях лютеранского богослужения.

*Посещение Мариинского театра в Санкт-Петербурге.*

*Возвращение на борт судна.*

### Калькуляция тура

Калькуляция производится для группы из 10 человек. Планируется реализация 10 туров в период с начала мая по конец августа.

### **Таблица 4.2.1. Калькуляция турпродукта «Диалог конфессий»**

Услуга	Цена за единицу услуги (руб./чел.)	Цена на 1 человека, руб.	Цена на группу, руб.
ChitaTrans. Аренда микроавтобуса Ford Transit	22р/км + ожидание 8000р/ сутки.	2485	24854
Входные билеты в музей истории религии	400,00 руб./чел.	400	4000
Экскурсия в музее религии «Три мировые религии»	2000,00 руб./чел. (до 10 чел.)	2000	2000
Обед в Метрополе	1150,00 руб./чел	1150	34500
Исаакиевский Собор (входные билеты)	330,00 руб./чел.	330	3300
Театр (входные билеты)	2000,00 руб./чел.	2000	20000
Въезд в порт	4060,00 руб./чел	4060	12180
Зарплата гида	6500/сутки	650	19500,00
Дополнительные затраты (в т.ч. на проживание и питание гида и водителя)	-	942	11300
Итого себестоимость	-	14017	131634
Прибыль организации + налоги = 35% себестоимости	-	4906	46072
Итоговая стоимость	-	18923	177706

Составлено автором

Зная, что планируется обеспечить заполняемость 10 групп за сезон, можно рассчитать выручку за сезон.

**Сезонная выручка:**  $177706 * 10 = 1777060$ .

Для определения маржинальности нашего турпродукта, необходимо вычислить сумму переменных и постоянных затрат:

**Сумма переменных затрат на одну группу туристов:**

$24854 + 4000 + 34500 + 3300 = 66\ 654$  рублей.

**Сумма постоянных затрат на одну группу туристов:**

$2000 + 20000 + 12180 + 19500 + 11300 = 64980$



Так как валовой маржой продукта является разность между выручкой и суммой переменных затрат, нужно узнать сумму переменных затрат за сезон.

**Сумма переменных затрат за сезон:**  $66654 * 10 = 666\,540$  рублей.

**Валовая маржа:**  $1777060 - 666540 = 1110520$ .

Далее определим удельный вес валовой маржи. Для этого посмотрим соотношение валовой марже к сезонной выручке. Данный показатель понадобится нам для расчёта рентабельности.

**Удельный вес:**  $1110520 / 1777060 = 0,62$ .

Для определения порога рентабельности (минимальная сумма реализации продукта для получения прибыли) нужно посмотреть отношение постоянных затрат к удельному весу.

**Сумма постоянных затрат за сезон:**  $64980 * 10 = 649800$ .

**Порог рентабельности:**  $649800 / 0,62 = 1048064$  – минимальная выручка для покрытия расходов.

Далее рассмотрим порог рентабельности в натуральном выражении, т.е. узнаем сколько групп нужно отправить, чтобы покрыть расходы:

**Порог рентабельности:**  $1048064 / 177706 = 5,89$

=> нужно отправить не менее 6 групп.

Для определения чистой прибыли необходимо найти разность выручки и суммы всех затрат:

**Чистая выручка:**  $1777060 - 1447974 = 329086$ .

На основании сделанных нами расчётов можно сделать вывод, что внедрение турпродукта «Диалог конфессий» является экономически эффективным.

#### Технологическая карта туристского путешествия

Наименование маршрута: «Диалог Конфессий».

Основные пункты маршрута: Музей истории религии, Лютеранская церковь св. Михаила, Буддийский храм, Собор Успения Пресвятой Деву Марии, Исаакиевский собор, Соборная мечеть, Кафедральный собор святых Петра и Павла, Мариинский театр.

Основные показатели тура.

Вид маршрута: автобусный

Километраж тура: 870 км.

Продолжительность маршрута в днях (календарных): 3 дня

Количество туристов в группе (рекомендуемое): 10 человек

Стоимость туристической путевки на группу: 177706,00 руб.

Стоимость туристической путевки на одного человека: 18923,00 руб.

Дни	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги питания	Перевозка туристов	Другие услуги
1	09:00 Обзорная экскурсия по Санкт-Петербургу. 12:00 Музей истории религии. Экскурсия «Три мировые религии». 16:00 Лютеранская церковь св. Михаила. Обзорная экскурсия.	Ресторан «Метрополь»	автобус	-
2	10:30 Обзорная экскурсия в Буддийский храм. 15:00 Собор Успения Пресвятой Девы Марии	Ресторан «Метрополь»	автобус	-
3	09:00 Исаакиевский собор 12:00 Соборная мечеть 16:00 Кафедральный собор святых Петра и Павла 19:00 Мариинский театр.	Ресторан «Метрополь»	автобус	-

## Заключение

В процессе выполнения данной работы была рассмотрена специфика круизного туризма, выявлены его специфические черты и особенности. С каждым годом растет круизный флот, совершенствуются круизные суда, повышается их комфортабельность, разрабатываются новые морские и океанские маршруты. Крупнейшим поставщиком круизных туристов на рынок является США.

Не смотря на то, что основным районом круизных поездок остается Карибский бассейн, тем не менее, растет спрос на круизы в районах Аляски, Арктики, Балтийского и Средиземного морях. Круизный туризм сочетает в себе два вида отдыха: морской и береговой, что делает его уникальным по возможностям предлагаемых услуг. Программы морских путешествий достаточно разнообразны.

Повышенная комфортабельность на морских круизах, позволяет провести незабываемый отдых на борту судна, куда будут включены в стоимость и проживание, и всевозможные развлечения. Сроки осуществления морских круизов предлагаются разные, в зависимости от направления маршрутов могут варьироваться от одной недели до нескольких месяцев. Начинаться и заканчиваться они могут как в одном порту, так и в разных.

Российские туроператоры достаточно долгое время принимают и обслуживают туристов, пребывающих на круизных лайнерах. Иностранные круизные компании считают Северную Европу и Санкт-Петербург, безусловно, являющийся жемчужиной региона, своим приоритетным направлением.

Задачей местных туроператоров является привлечение все большего количества круизных туристов, предлагая им достаточное разнообразие всевозможных услуг на территории России и Санкт-Петербурга. Исходя из того, что покупателями турпакетов на экскурсии по городам России являются сами круизные компании, от туроператоров требуется способность заинтересовать иностранного туриста в приобретении данного вида услуг на борту судна.

Ежегодно растущий спрос на данный вид туризма предполагает развитие взаимовыгодных рыночных отношений России со странами дальнего зарубежья.

Таким образом, можно смело утверждать, что круизный туризм – является новой возможностью раскрытия туристского потенциала Санкт-Петербурга и Российской Федерации в целом.

## Список использованной литературы

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Круизный туризм. © 2002-2019. Всё о туризме - образовательный туристический портал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/babkin12.htm](http://tourlib.net/books_tourism/babkin12.htm) - статья в интернете от 05.06.2015 (Дата обращения: 05.05.2019)
2. Шумаев А.С. История круизов, ч. 1. Как зарождались круизы. Live Journal. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://shumaiev.livejournal.com/100579.html> - статья в интернете от 19.02.2017. (Дата обращения: 04.05.2019)
3. WORLDTRAVEL.NAME. История морских путешествий. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://worldtravel.name/travel-tips/istoriya-morskikh-puteshestviy.htm> - статья в интернете от 05.08.2016 (Дата обращения 03.05.2019)
4. Howling Pixel. Пароход. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://howlingpixel.com/i-ru/%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4#%D0%A3%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE> – статья в интернете от 01.02.2019 (дата обращения: 05.05.2019)
5. Сайт компании ГК «Альфа Арс Метизы». Первый пароход в мире: история, описание и интересные факты. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.alfa-industry.ru/news/104/71004/> - статья в интернете от 12.11.2017. (Дата обращения: 05.05.2019)
6. Tourist-area.com. История круизов: начальный этап. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://tourist-area.com/istoriya-turizma/istoriya-kruizov> - статья в интернете 15.04.2015 (Дата обращения: 05.05.2019)
7. История морского круизного туризма. © 2002-2019. Всё о туризме - образовательный туристический портал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://tourlib.net/statti4/istoria-morskogo-kruiznogo-turizma.htm> - статья в интернете от 16.06.2017 Дата обращения: 04.05.2019)
8. Портал «Грот» © 2006-2016. «Лакония» (12 сентября 1942 года). [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.darkgrot.ru/cult/momento-mori/korablekrusheniya/article/2583/> - статья в интернете от 10.11.2015 (Дата обращения: 04.05.2019)
9. Туристический клуб holm-forum.ru, туризм: походы, снаряжение, маршруты. Круизный туризм. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://holm->

- [forum.ru/turizm/turizm-vidy/kruiznyi-turizm.html#nogo](http://forum.ru/turizm/turizm-vidy/kruiznyi-turizm.html#nogo) - статья в интернете от 19.04.2018 (Дата обращения 04.05.2019)
10. Басюков Г.Т. Круизный туризм: особенности и тенденции в 2018 году // Эпоха науки. – 2018. – №14. – С. – 108-109
  11. ГОСТ Р 57805-2017. Туристские услуги. Водный туризм. Общие требования
  12. Форум CruiseTips. Как устроены каюты круизных лайнеров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.cruisetips.ru/forum/viewtopic.php?t=3> – статья в интернете от 05.06.2017 (Дата обращения: 05.05.2019)
  13. Афинская конвенция о перевозке морем пассажиров и их багажа 1974 года (с изменениями на 1 ноября 2002 года). [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://docs.cntd.ru/document/1901870> (дата обращения: 05.05.2019)
  14. Международная конвенция по охране человеческой жизни на море 1974 года (СОЛАС-74). [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://docs.cntd.ru/document/901765675> (дата обращения: 05.05.2019)
  15. Международная конвенция об унификации некоторых правил о перевозке пассажиров морем. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=INT&n=15709#0683853982151597> (Дата обращения: 05.05.2019)
  16. Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации, действующий при перевозке туристов в российских территориальных водах. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://rg.ru/1999/05/05/morskoy-kodeks-dok.html> (Дата обращения: 05.05.2019)
  17. Голомолзин Е.А. Нужен ли России морской туризм? // Турбизнес. – 2015. - №14 (45). – С. 10-15
  18. © АО «Пассажирский Порт Санкт-Петербург «Морской фасад». Общая информация. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: [https://www.portspb.ru/O\\_porte/about](https://www.portspb.ru/O_porte/about) - статья в интернете от 10.04.2017 (Дата обращения: 03.05.2019)
  19. Официальный сайт администрации Санкт-Петербурга. Морской круизный туризм. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.gov.spb.ru/helper/culture/sea/> - статья в интернете от 27.02.2017. (Дата обращения: 05.05.2019)
  20. Ларионова Т.В. Туризм и транспорт // Транспорт России. – 2018. - № 51. – С. – 26-

21. Viking oceans cruises. History. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.vikingcruises.com/about-us/history.html> (Дата обращения: 05.05.2019)
22. Viking oceans cruises. The Viking Ocean Fleet. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.vikingcruises.com/oceans/ships/index.html> (Дата обращения: 05.05.2019)
23. Сайт компании «Карлсон Туризм». Круизная компания VIKING CRUISES. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.cruiseluxe.ru/kruiznye-kompanii/viking-cruises/> - статья в интернете от 23.03.2016 (Дата обращения: 05.05.2019)
24. Круиз Гид. Viking Ocean Cruises. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.cruisegid.ru/Viking-Ocean-Cruises.html> - статья в интернете от 29.07.2016 (Дата обращения: 05.05.2019)
25. Сайт туристической компании «МИР». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.mirtc.ru/> (Дата обращения: 05.05.2019)
26. North German Lloyd Company / Nord-deutscher Lloyd. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.theshipslist.com/ships/lines/nglloyd.shtml> (Дата обращения 04.05.2019)
27. Viking Cruises, 2019 <https://www.vikingcruises.com/oceans/cruise-destinations/world-grand/index.html>
28. CruiseRadar - морские круизы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: [https://cruiseradar.ru/articles/ekskursii\\_v\\_kruize\\_guide](https://cruiseradar.ru/articles/ekskursii_v_kruize_guide) (Дата обращения: 18.05.2019)
29. Urszula Kowalczyk. Analysis of the development potentials for the Baltic Sea cruise market. // 2018. URL: [https://www.researchgate.net/publication/329384279\\_Analysis\\_of\\_the\\_development\\_potentials\\_for\\_the\\_Baltic\\_Sea\\_cruise\\_market](https://www.researchgate.net/publication/329384279_Analysis_of_the_development_potentials_for_the_Baltic_Sea_cruise_market)
30. Jody W Deming. Paradise at Sea: Cruise Line Liability for Passengers with Sickness or Injury. // 2015. URL: <https://www.researchgate.net/search.Search.html?type=publication&query=sea%20cruise>
31. J. Charlier. Sea cruises and seascapes. What role for the high sea? //2016. URL: [https://www.researchgate.net/publication/289910710\\_Sea\\_cruises\\_and\\_seascapes\\_What\\_role\\_for\\_the\\_high\\_sea](https://www.researchgate.net/publication/289910710_Sea_cruises_and_seascapes_What_role_for_the_high_sea)
32. Сайт Ассоциации туроператоров. Количество круизных пассажиров в мире достигнет 28 млн в 2018 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL:

- <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/43251.html> (Дата обращения: 18.05.2019)
33. Официальный сайт Государственный музей истории религии, 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.gmir.ru/> (Дата обращения: 18.05.2019)
  34. Официальный сайт ГМП «Исаакиевский собор» 2009-2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.cathedral.ru/> (Дата обращения: 18.05.2019)
  35. Steven K. Blau. Cruising the seas on the wreckage of a natural disaster. //2017. URL: [https://www.researchgate.net/publication/321441081\\_Cruising\\_the\\_seas\\_on\\_the\\_wreckage\\_of\\_a\\_natural\\_disaster](https://www.researchgate.net/publication/321441081_Cruising_the_seas_on_the_wreckage_of_a_natural_disaster)
  36. Arnaud Serry. Organization and development of cruise shipping in the Baltic Sea.//2017. URL:[https://www.researchgate.net/publication/263655756\\_Organization\\_and\\_development\\_of\\_cruise\\_shipping\\_in\\_the\\_Baltic\\_Sea](https://www.researchgate.net/publication/263655756_Organization_and_development_of_cruise_shipping_in_the_Baltic_Sea)
  37. Brasserie de Metropole 2019 ©. URL: <http://demetropole.ru/ru/>
  38. Официальный сайт Дацан Гунзэчойнэй 2019© [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://dazanspb.ru/> (Дата обращения: 18.05.2019)
  39. Официальный сайт Петрикирхе. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.petrikirche.ru/> (Дата обращения: 18.05.2019)
  40. Официальный сайт Мариинский театр © 1998 – 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.mariinsky.ru/> (Дата обращения: 18.05.2019)

Приложение 1. Сравнительный анализ конкурентов туристической компании «МИР» (Таблица составлена автором на основе логического анализа).

Название компании	Туристическая компания «МИР»	балл	Туристическая компания «Кандагар»	балл	Туристическая фирма «Семь морей»	балл	Туристическая фирма «Вокруг света»	балл
Год основания	1992 год	5	1993 год	5	2004 год	2	1998 год	4
Сфера деятельности	Внутренний туризм	4	Внутренний и выездной туризм	5	Внутренний и выездной туризм	5	Внутренний и выездной туризм	5
Виды круизных туров	Морские и речные круизы	5	Морские и речные круизы	5	Морские и речные круизы	5	Морские и речные круизы	5
Маршруты круизных туров	По России и Балтийскому морю	4	По России, Скандинавии и Балтии	4	Морские круизы по всему миру	5	Морские круизы по всему миру	5
Система он-лайн бронирования туров	Имеет	5	Имеет	5	Имеет	5	Не имеет	2
Адрес официального сайта в сети «Интернет»	<a href="https://mirtc.ru/">https://mirtc.ru/</a>	5	<a href="http://www.kandagar-tour.ru/">http://www.kandagar-tour.ru/</a>	5	<a href="http://7-seas.ru/main/instructions/">http://7-seas.ru/main/instructions/</a>	5	<a href="http://vokrug-sveta.ru/">http://vokrug-sveta.ru/</a>	5
Наличие страницы в социальных сетях	ВКонтакте	4	Не имеет	2	ВКонтакте, Google, Facebook, Twitter	5	ВКонтакте	4
Адрес (место нахождения)	191186, Россия, Санкт-Петербург, Невский проспект, дом 11/2, офис 1	5	191001, Россия, Санкт-Петербург, Невский пр., 44, 6 этаж	5	197101, Россия, Санкт-Петербург, ул. Б.Пушкарская, д.41, оф.2	4	Россия, Санкт-Петербург, ул. Рузовская, д.8, БЦ "Фарватер", офис 222	3
Итого	37		36		36		33	



Приложение 2. Схема организационной структуры туристической фирмы «МИР».

