

терский учет и аудит. – 2004. – № 9. – С. 47–53. 3. Моссаковский В. Гармонизация учета / В. Моссаковский // Бухгалтерский учет и аудит. – 2006. – № 4. – С. 24–32. 4. Левицкая С. Бухгалтерский учет: основы, перспективы развития / С. Левицкая // Бухгалтерский учет и аудит. – 2007. – № 8. – С. 7–11. 5. Гуцайлюк З. Некоторые вопросы реформирования системы бухгалтерского учета: концепция и реализация / З. Гуцайлюк // Бухгалтерский учет и аудит. – 2007. – № 10. – С. 11–17. 6. Моссаковский В. Концепция построения бухгалтерского учета в Украине / В. Моссаковский // Бухгалтерский учет и аудит. – 2007. – № 10. – С. 18–25. 7. Кузнецова С. Система бухгалтерского учета: методологические и правовые аспекты формирования / С. Кузнецова // Бухгалтерский учет и аудит. – 2008. – № 4. – С. 12–16. 8. Моссаковский В. Який облік потрібен Україні / В. Моссаковский // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 11. – С. 24–30; № 12. – С. 16–27. 9. Голов С. Ретроспективный взгляд на реформирование бухгалтерского учета в Украине. Антимифология / С. Голов // Бухгалтерский учет и аудит. – 2005. – № 11. – С. 5–10; № 12. – С. 10–20. – 2006. – № 2. – С. 3–13. 10. Бутынец Ф. Еще раз о бухгалтерском учете как о науке / Ф. Бутынец // Бухгалтерский учет и аудит. – 2005. – № 10. – С. 20–29. 11. Соколов Я. Опыт изменений в бухгалтерском учете России / Я. Соколов // Бухгалтерский учет и аудит. – 2004. – № 5. – С. 28–34. 12. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет и его Закон / Я. В. Соколов // Бухгалтерский учет. – 2005. – № 10. – С. 10–13. 13. Розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення Стратегії застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні" від 24 жовтня 2007 р. № 911-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.radakmu.org.org.ua/\[xile/06510-6.doc](http://www.radakmu.org.org.ua/[xile/06510-6.doc). 14. Нидлз Б. Принципы бухгалтерского учета / Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуэлл; пер. с англ. под ред. Я. В. Соколова. – М. : Финансы и статистика, 1994. – 496 с. 15. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета / Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 496 с. 16. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 3-изд., перераб. доп. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 480 с. 17. Теория бухгалтерского учета : учебн. пособие / под ред. Е. А. Мизиковского. – М. : Экономистъ, 2006. – 555 с. 18. Кузьминский А. Н. Теория бухгалтерского учета : учебник / А. Н. Кузьминский. – К. : Вища школа, 1990. – 311 с. 19. Кузьминский А. Н. Организация бухгалтерского учета и анализа хозяйственной деятельности / А. Н. Кузьминский, В. В. Собко. – К. : Вища школа, 1986. – 256 с. 20. Наказ Міністерства фінансів України "Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій" від 30.11.99 № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0893-99>. 21. Лист Міністерства фінансів України від 02.12.2009 р. № 31-21020-04-10/32859 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon-licasoft.com.ua/companion/lica?base=1/?menu=662811&id=954706>. 22. Лист Державної податкової адміністрації України від 25.01.2010 р. № 616/6/10-5015/193 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pronalogi.info/document.php?id=13665>.

Стаття надійшла до редакції
16.06.2010 р.

УДК 338.48:656.7022.32

Зима А. Г.,
Зима О. Г.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЧАРТЕРНЫХ ПРОГРАММ В ТУРИЗМЕ

Аннотация. Определено, что в туризме существуют маршруты, которые в зависимости от пассажиропотока можно разделить на массовые и те, что не являются массовыми, но пользуются у туристов определенным спросом и в этом случае ключевым моментом является взаимодействие авиакомпаний с туристическими фирмами.

Анотация. Визначено, що в туризмі існують маршрути, які залежно від пасажиропотоку можна розділити на масові та ті, що не є масовими, але користуються у туристів певним попитом і в цьому випадку ключовим моментом є взаємодія авіакомпаній з туристичними фірмами.

Annotation. It is suggested that routes in tourism are divided, depending on passenger traffic, into the mass and nonmass ones; the last are in certain demand among tourists and in this case the key factor is cooperation between airlines and tourism firms.

Ключевые слова: чартерны авиарейсы, квота мест, системы бронирования.

Воздушные авиаперевозки являются одной из наиболее быстро и динамично развивающейся отраслью мирового хозяйства, которая с каждым годом занимает все более прочные позиции в мировой транспортной системе.

Сейчас в мире насчитывается более 1 500 авиакомпаний. В среднем в год на авиарейсах перевозится около 2 млрд человек. Крупнейшими авиакомпаниями мира по количеству перевозок считаются американские Delta Air lines, Pan American, United, французская Air France, немецкая Lufthansa, британская British Airways и др. Крупной авиакомпанией считается российский "Аэрофлот", а в Украине – "МАУ (UIA)" и "Аэросвит".

Однако систему международного воздушного транспорта составляют не только международные авиаперевозчики и аэропорты, но и государства, связанные международными воздушными линиями и обеспечивающие эти сообщения, а также международные организации в области воздушного транспорта, принимающие меры к обеспечению его эффективного функционирования и безопасности [1].

Количество перевезенных пассажиров украинскими авиаперевозчиками приведено на рис. 1.

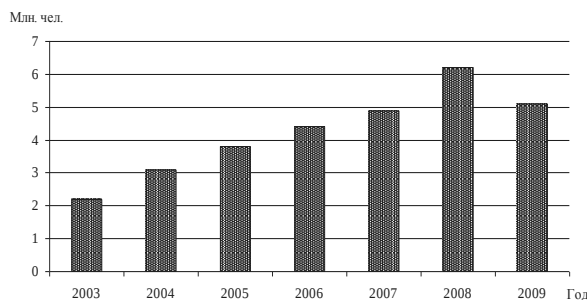


Рис. 1. Динамика перевезенных пассажиров в Украине, млн чел. [2]

Увеличивается и количество авиакомпаний, которые конкурируют между собой за число пассажиров, покупающих их услуги. Так доля авиакомпаний в общем объеме перевезенных пассажиров в Украине представлена на рис. 2 [3].

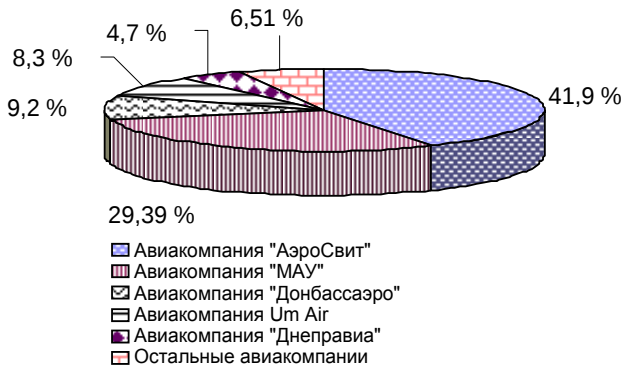


Рис. 2. Доля авиакомпаний в общем объеме перевезенных пассажиров

Как видно на рис. 2, лидирующее место по перевозке пассажиров занимает авиакомпания "Аэросвит".

Анализ рынка авиаперевозок [4] показал, что до 2009 года безусловным лидером продаж являлись компании "МАУ" и Lufthansa. Хотя их популярность понемногу падает на фоне растущего спроса на услуги "Аэросвит". Впрочем, в 2010 году ситуация коренным образом изменилась – создано объединение трех перевозчиков – "Аэросвит", "Донбассаэро" и "Днепрavia", которое, по мнению экспертов, имеет очень большие перспективы. Разнообразие техники позволяет подобрать соответствующие самолеты для конкретных рейсов, что может стать прекрасным подспорьем для открытия новых рейсов с конкурентными ценами, ведь издержки могут быть сведены к минимуму. Кроме того, у компаний "Аэросвит" и "МАУ" есть одно существенное преимущество перед зарубежными конкурентами: их руководство находится в Украине. Это делает политику компаний более гибкой, позволяет перевозчикам оперативно реагировать на конъюнктуру и предлагать неожиданные решения в ценовой политике, формировать интересные маркетинговые предложения как для агентов, так и для конечных потребителей.

В рамках организации путешествий существует несколько форм взаимодействия туристических фирм и авиакомпаний. Чтобы правильно выбрать наиболее удобный и выгодный участок туристических перевозок, а также грамотно заключить контракт на авиаперевозки туристов, необходимо знать все особенности, преимущества и недостатки того или иного вида взаимодействия с авиакомпанией. Поэтому целью статьи является рассмотрение особенностей организации чартерных авиаперевозок в туризме. Для реализации поставленной цели в исследовании дана характеристика авиаперевозок туристов и взаимодействия авиакомпаний по предоставлению мест туристическим фирмам, показана необходимость заключения договоров между авиакомпаниями и туристическими фирмами, а также особенности организации чартерной программы.

Сегодня рост популярности авиатранспорта выше, чем автотранспорта (это показывают статистические исследования [2]), что обуславливается все большим расширением географии путешествий и существующей устойчивой тенденцией к сокращению сроков путешествия в пользу их частоты, а также увеличения количества краткосрочных туров на дальние расстояния. Все это вызывает интерес туристического бизнеса к авиационным перевозкам, которые являются самым быстрым и удобным видом транспорта в мире при переездах на дальние расстояния.

В туризме существует много маршрутов, которые в зависимости от пассажиропотока можно разделить на

массовые и те, что не являются массовыми, но в то же время пользуются у туристов определенным спросом.

В качестве примеров последних можно привести такие страны, как Таиланд, Кипр, Испания, Италия, Франция, Австрия, некоторые экзотические и горнолыжные направления в период Нового года, Рождества и майских праздников. В этом случае туроператору целесообразно заключить с авиакомпанией договор на квоту мест на регулярных авиарейсах.

Если туристическая компания занимается организацией путешествий по массовым направлениям, которые пользуются у туристов постоянно высоким спросом (Турция, Египет, Болгария, Черногория, Хорватия), то в этом случае экономически выгодно организация чартерных авиаперевозок, при которой заказчик с авиакомпанией определяет маршрут, с ним оговариваются обязанности сторон, выясняется соответствие арендного договора международным правилам, определяется стоимость рейса, а затем заключается специальный чартерный договор.

Взаимодействие авиакомпаний с туристическими фирмами по предоставлению мест можно представить в виде схемы (рис. 3).

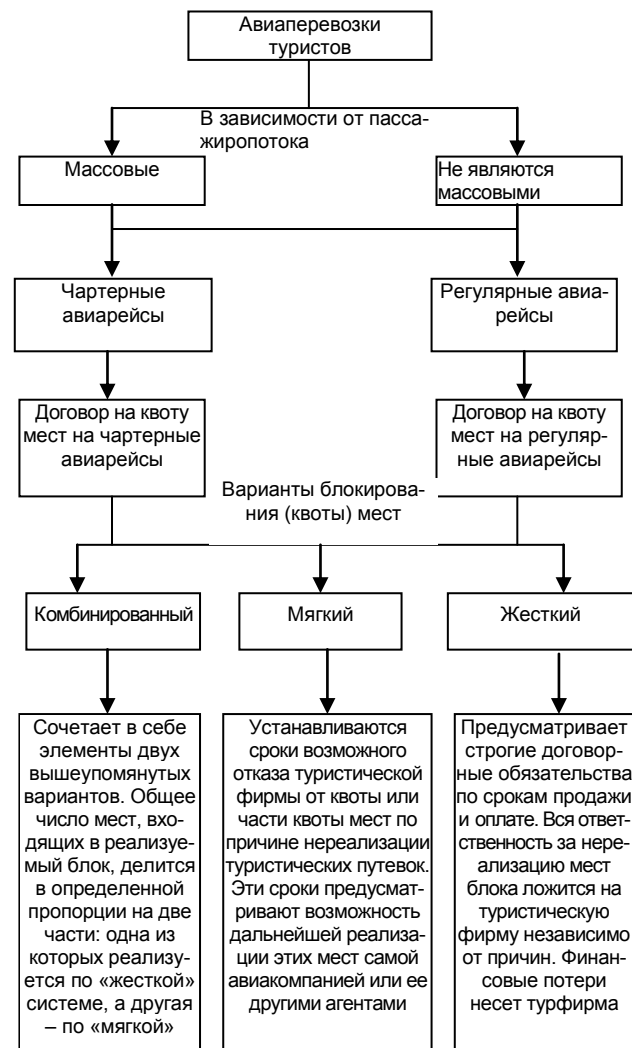


Рис. 3. Схема взаимодействия авиакомпаний по предоставлению мест туристическим фирмам

Таким образом, туристические фирмы в процессе реализации своих продуктов используют регулярные и чартерные авиарейсы. Для того чтобы лучше обозначить отличие чартерных рейсов от регулярных, приведем их определения.

Регулярные рейсы – это рейсы, выполняемые в соответствии с опубликованным расписанием по договорным авиалиниям. В расписании указаны маршрут полета, промежуточные пункты посадок, время вылета и прилета в каждый пункт маршрута, частота движения и тип самолета. Причем изменение этих условий выполнения регулярных рейсов может быть произведено только при взаимном согласии договаривающихся государств.

Чартерные рейсы – это авиарейсы, выполняемые на основе фрахтования воздушного судна в целом или части его коммерческой емкости. Зафрахтованную емкость заказчик использует по своему усмотрению.

Как видно на рис. 3, квота мест, или, иначе, блок мест, может быть жестким, мягким или комбинированным. Это влияет на условия договора и специальные льготы и скидки. Причем агентский договор с авиакомпанией предусматривает решение вопросов, связанных с: условиями обеспечения оборудованием для оформления авиабилетов, бланками авиабилетов; подготовкой кадров для обслуживания этого оборудования; объемами продаж; пределами возможных продаж (регионально или по сегментам потребителей); ценой и тарифами продаж авиабилетов; условиями оплаты авиабилетов (предоплата или оплата по мере продажи); размером комиссионного вознаграждения за продажу авиабилетов; сроками и регулярностью подачи отчетов авиакомпании, а также их формой и необходимой в приложении документацией; размером банковских гарантий в пользу авиакомпании или IATA; членством в IATA и др.

Однако в чистом виде агентский договор является документом, который позволяет турфирме самостоятельно выступать в роли агентства авиакомпании по продаже авиабилетов (как для своих туристов, так и просто продажа), что упрощает и ускоряет процедуру бронирования и оформления проездных документов. То есть турфирма сама выступает в качестве "кассы по продаже билетов" авиакомпании, то есть сама выписывает билеты и имеет соответствующее компьютерное оборудование и право доступа к системам бронирования ("Амадеус", "Галилео", "Габриэль", "Сирена"). Этот вид работы с авиабилетами называется "работа со стоком авиабилетов". Авиакомпания же в лице данной турфирмы имеет дополнительный пункт продажи [5].

Турфирмы могут заключать как договор с авиакомпанией на квоту мест на регулярные авиарейсы, так и специальный чартерный договор, в котором оговариваются не только вид (марка) самолета, число мест к продаже, но и стоимость аренды самолета.

Особенности чартерных перевозок заключаются в том, что они выполняются как по маршрутам, совпадающим с существующими на внутренних и международных авиалиниях, так и по любым другим. Причем один полный рейс (второй и предпоследний полеты – первый обратный после первого заезда и последний туда перед последним вызовом) выполняется без туристов: на последнем рейсе самолет забирает последних туристов, но не привозит новых, так как он уже за ними не вернется (то есть на 10 туристских заездов приходится 11 авиарейсов). Здесь действует формула $N+1$. Таким образом, наибольшее число полетов за период действия авиачартерной программы снижает затраты на "выпадающий" рейс, а значит и снижает перевозочный тариф [5].

Следует заметить, что в сезон реально организовать 20 заездов (при еженедельных полетах). Однако чартер можно пускать и с частотой 2 раза в неделю – тогда количество полетов за сезон возрастает до 40. Это значительно снижает тариф, но недоступно по загрузке абсолютному большинству

туристических фирм. Этим и объясняется возникновение на рынке туристских перевозок "промежуточных" предпринимателей – фирм-оптовиков (*wholesalers*), консолидирующих в своих руках крупные чартеры и распределяющих их в дальнейшем среди более мелких фирм в виде блок-чартеров (то есть по 10 – 30 мест) [5]. Продажу блоков мест на свой чартер туроператор-оптовик, как правило, проводит по трем отработанным вариантам: жесткий, мягкий и комбинированный блоки мест (см. рис. 3).

Мягкий блок, при котором заказчик не имеет никакой финансовой ответственности и имеет право в заранее оговоренные сроки полностью или частично отказаться от своих мест, более удобен для небольшого туроператора. Однако если отказ произойдет позже установленного срока, то заказчику предстоит выплатить штраф. Обычно мягкие блоки применяются достаточно редко, поскольку они не всегда выгодны держателю чартера (будь это авиакомпания или туроператор – *wholesalers*).

Жесткий блок предусматривает строгие договорные обязательства по срокам продажи и оплате. Заказчик вносит предоплату, размер которой обычно включает сумму стоимости двух парных рейсов. Тарифы при реализации жесткого блока при этом бывают примерно на 5 – 10 % ниже, чем при реализации мягкого. К тому же при договоре на жесткий блок туроператор-консолидатор и мелкий туроператор фиксируют цену на весь период действия чартера, что дает хорошую возможность реализаторам варьировать цены в "высокий" период сезона и в его конце [5].

Наиболее распространена продажа мест на чартерные рейсы так называемым комбинированным способом, сочетающим в себе элементы двух вышеупомянутых вариантов.

Часто в роли инициатора чартерной программы выступает не один, а несколько туроператоров. При этом они заранее оговаривают между собой условия организации полетов.

Нормальные отношения с авиакомпаниями при аренде воздушного судна предусматривают его оплату согласно контракту с обязательным подведением баланса после каждого полета. Также чартерные рейсы не должны противоречить требованиям международных правил авиаперевозок и конвенций об обязанностях перевозчика перед пассажиром.

Все чартерные рейсы выполняются на основе особого договора (контракта) между заказчиком и перевозчиком. Как правило, заказчик покупает вместимость самолета на определенных участках перевозки и на определенных условиях. Он имеет право использовать вместимость зафрахтованного самолета по своему усмотрению. Применяются заказы на выполнение чартерных перевозок как на отдельные рейсы, так и на серию рейсов для целевой перевозки, например для перевозки между пунктами, не связанными между собой регулярными авиалиниями.

Подписывая договор об организации чартера, авиакомпания почти всегда ставит туроператора в жесткие условия. Прежде всего, от фирмы требуется предоплата. Каков бы ни был ее максимальный размер, авиакомпания всегда настаивает, чтобы заранее были оплачены первый и последний рейсы чартерного цикла. Таким образом, она страхует себя и ранее завезенных туристов от возможных неплатежей. Оплата рейсов оговаривается заранее и производится, как правило, за 7 – 10 дней до начала полета. В случае несвоевременной оплаты, согласно договору, компания вправе выставить заказчику штрафные санкции или разорвать с ним имеющиеся договорные отношения.

Сегодня существует достаточно много разновидностей чартерных авиаперевозок и в табл. 1 представлена характеристика авиачартерных перевозок в зависимости от метода организации авиаперевозок.

Таблица 1

Окончание табл. 1

Характеристика чартерных авиаперевозок

Название авиачартера	Характеристика
1	2
Закрытый чартер	Некоммерческая перевозка, заказчиком которой является, как правило, какая-либо организация для доставки своих работников к месту работы, деловой встречи или отдыха. Заказчик непосредственно входит в контакт с авиакомпанией, и поездка организуется по ценам, согласованным между ними. Удельный вес такого типа чартерных перевозок в настоящее время сокращается
Эфинити-чартер	Полукоммерческая (полузакрытая) целевая поездка, организуемая для своих членов клубами ассоциациями, объединяющими лиц одной профессии или определенной общности интересов (спортивные клубы, союзы ветеранов и т. д.). Руководство клуба или ассоциации самостоятельно или через туристическую фирму заключает договор с авиацией, выступая в качестве юридического лица с финансовой ответственностью соблюдать правила, установленные и обязательством соблюдать правила, установленные IATA для комплектования групп пассажиров
Инклюзив-тур-чартер	Коммерческая туристическая перевозка (чартерная перевозка по инклюзив-туру), стоимость которой включает оплату перевозки "туда и обратно" и стоимость экскурсионного и бытового обслуживания во время тура. Особенностью инклюзив-тур-чартера является то, что арендуется весь самолет и одновременно с перевозкой обязательно оплачивается наземное обслуживание в течение определенного срока, обычно не менее 7 – 14 дней между отправлением и возвращением
Блок-чартер	Перевозка, при которой арендуется не весь самолет, а только его определенная часть – установленный блок мест (обычно 20 – 40 мест). Как правило, продается блок мест на самолет, выполняющий регулярный рейс, но чартерная цена каждого места в этом случае значительно ниже минимального опубликованного тарифа. Блок мест на каждом рейсе и цена одного кресла оговариваются конфиденциально между перевозчиком и турфирмой. Турфирма оплачивает блок мест полностью независимо от того, будет ли он использован весь или нет. Перевозки организуются в основном в несезонное время (осенне-зимний период) с целью обеспечения дополнительной загрузки на рейсовые самолеты
Нецелевой коммерческий чартер (нон-эфинити-чартер)	Новый тип чартера (введен с 1972 г. в США), при котором разрешается объединять в группу для перевозки любых лиц, желающих совершить поездку, вне зависимости от их принадлежности к какой-либо организации или клубу. Группа должна составлять не менее 50 человек, участники полета оплачивают 25 % стоимости чартерной перевозки за 6 месяцев до начала перевозки, а за 30 дней до вылета турфирма, организующая

1	2
	чартерную перевозку, должна полностью оплатить стоимость полета группы, состоящей из 40 пассажиров. В настоящее время нон-эфинити-чартер получил широкое распространение, особенно при трансатлантических перевозках в связи со снятием строгих ограничений для формирования групп, перевозимых чартерными рейсами
Прорейтовый чартер (сплит-чартер)	Вид чартера, при котором, перевозка осуществляется поэтапно. На первом участке полета перевозка осуществляется на рейсовых самолетах в соответствии с правилами IATA, на втором или последующем участке – начинается собственно чартерная перевозка на условиях блок-чартера или инклюзив-тур-чартера. При сплит-чартере разрешается комбинировать разные группы пассажиров, причем конечный пункт их маршрута может быть различным

Как видно из табл. 1, каждый из разновидностей авиа-чартеров имеет свои особенности относительно эксплуатации авиатранспорта.

Таким образом, в результате использования самолетов чартерные авиаперевозки условно можно разделить на три вида (рис. 4).

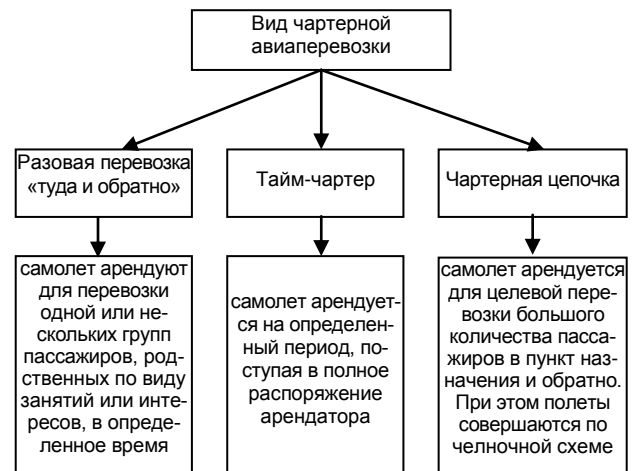


Рис. 4. Характеристика видов чартерных авиаперевозок

Причем при разовой перевозке "туда и обратно" в промежутке между чартерными рейсами авиакомпания, сдающая самолет в аренду, может использовать этот самолет для своих нужд.

При тайм-чартерных авиаперевозках организация, заключая договор с перевозчиком, оплачивает полностью все то время, в течение которого самолет будет находиться в ее распоряжении, исходя из норм летных часов, стоимости летного часа и часа простоя самолета. В настоящее время тайм-чартерные операции получают все большее распространение в массовом туризме, поскольку при их проведении удовлетворяются как требования перевозчиков, которым необязательно использовать самолет в промежутке между отдельными рейсами и предоставляется гарантированная оплата самолета, так и требования арендаторов, которые стремятся к наиболее экономичному использованию самолетов.

В случае чартерной цепочки турфирма-заказчик, как правило, одну из своих групп туристов отправляет заранее в пункт, где проводится тур, чтобы к моменту начала чартерной цепочки тур этой группы закончился, и ее можно было

бы перевозить charterным рейсом в обратном направлении. При charterной цепочке сокращается число холостых прогонов и повышается экономическая эффективность перевозки.

Charтерная цепочка является фундаментом любой charterной программы независимо от направления и наиболее часто применяется в турбизнесе. Организации charterной программы должно предшествовать скрупулезное изучение рынка по конкретному направлению: выяснение сбалансированности спроса и предложения, оценка конкурентоспособности будущего турпродукта.

Представим процесс организации charterной программы в виде нескольких этапов (табл. 2).

Таблица 2

Этапы организации charterной программы

Номер этапа	Название	Характеристика
1	"Наличие идеи"	Организаторы должны четко понимать, какое именно направление будет успешным и эффективным. Необходимо определиться, для какого контингента предполагается программа, какова будет продолжительность и цель поездок
2	Источник инвестирования и финансового плана	Организаторы должны найти инвестора и экономически обосновать финансовый план, в котором должны быть предусмотрены все нюансы относительно возврата инвестиций и получения в дальнейшем прибыли от финансово-хозяйственной деятельности
3	Заключение договора с принимающей стороной (зарубежным туроператором)	Организаторы должны уже иметь расчет гарантированных мест в отелях государства, в котором будут осуществляться charterные рейсы
4	Аккредитация в консульстве страны назначения	Организаторы должны получить аккредитацию в консульстве страны назначения
5	Заключение договора со страховой компанией	Должна быть страховка на стоимость всей charterной программы. Помимо этого у туроператора должен быть заключен со страховой компанией агентский договор, на условиях которого в дальнейшем будут страховаться туристы на период осуществления ими турпоездок
6	Заключение договора о charterных перевозках с авиаперевозчиком	Организаторы, как правило, должны выполнить требования авиакомпании оплатить первый и последний рейс charterной программы до начала самой charterной цепочки
7	Массовая рекламная кампания	Организаторы должны задействовать максимально полный спектр рекламных источников: средства массовой информации; рекламно-информационные туры; семинары для агентств; экспонирование на туристических выставках; личный контакт – встречи с "центрами влияния" – людьми, которые имеют очень широкий круг общения либо обладают авторитетом для большого коллектива

Одним из самых важных факторов в процессе организации charterных перевозок в туризме являются человеческие ресурсы. Успешность проекта зависит, главным образом, от уровня профессионализма и ответственности его

организаторов и персонала. Для реализации charterной программы в штате туроператора должны быть, как минимум, два менеджера по продаже, которые досконально знают туристический продукт, менеджер по бронированию и менеджер по работе с консульским отделом.

Таким образом, рассмотрев особенности организации charterных авиарейсов в туризме, необходимо учитывать достаточно большой выбор авиакомпаний, которые имеют гибкую политику, позволяющую перевозчикам оперативно реагировать на конъюнктуру рынка и предлагать неожиданные решения по цене услуг, формировать интересные маркетинговые предложения для туристического бизнеса. Преимущества и недостатки того или иного вида взаимодействия с авиакомпанией помогут грамотно заключить контракт на авиаперевозки туристов, правильно выбрать наиболее удобный и выгодный участок туристических перевозок, а также продуктивно организовать charterную программу.

Литература: 1. Зорин И. В. Туризм как вид деятельности [Электронный ресурс] / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов. – Режим доступа : <http://buklib.net>. 2. Статистичний щорічник України за 2009 рік // Офіційний сайт Державного комітету статистики. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 3. Дряхлова В. Хроника национальных налетов / В. Дряхлова // Украинский туризм. – 2008. – № 1. – С. 14–16. 4. Усенко Н. Лучше, дальше и быстрее / Н. Усенко // Украинский туризм. – 2010. – № 3. – С. 10–13. 5. Коросташов Е. Авиачартеры / Е. Коросташов // Новости турбизнеса. – 2009. – № 18. – С. 31–34.

Стаття надійшла до редакції
03.09.2010 р.

УДК 336.77:334.7

Голуб Ю. О.

КРЕДИТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анотація. Розглянуто питання теоретичного визначення сутності та змісту поняття "кредитне забезпечення". Визначено ключові функції та взаємозв'язок поняття "кредитне забезпечення" з іншими дефініціями відповідного понятійного апарату. Надано авторське визначення поняття "кредитне забезпечення". Розглянуто можливі ознаки класифікації кредитного забезпечення.

Аннотация. Рассмотрены вопросы теоретического определения сущности и содержания понятия "кредитное обеспечение". Определены ключевые функции и взаимосвязь понятия "кредитное обеспечение" с другими дефинициями соответствующего понятийного аппарата. Предоставлено авторское определение понятия "кредитное обеспечение". Рассмотрены возможные признаки классификации кредитного обеспечения.

Annotation. The question of a theoretical nature and definition of the concept "credit support" are studied. The key features and the relationship of the concept "credit support" to other relevant definitions are considered. The author's own