

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА ТУРИЗМА И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИ-
ТОРИИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ЦЕНТР МИРА»)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 43.03.02 Туризм
очной формы обучения, группы 05001335
Пигуновой Юлии Романовны

Научный руководитель
к.г.н., доцент
Жиленко В.Ю.

БЕЛГОРОД 2017

Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические основы развития спортивного туризма.....	6
1.1. Спортивный туризм, его сущность и особенности организации.....	6
1.2. Развитие спортивного туризма в России и за рубежом.....	14
1.3. Технологические особенности спортивного туризма.....	24
2. Анализ финансово- хозяйственной деятельности ООО «Центр Мира».....	29
2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Центр Мира».....	29
2.2. Анализ финансового состояния предприятия.....	40
2.3. Оценка потенциала Белгородской области для развития спортивного туризма.....	51
3. Разработка велотура по Грайворонскому району «Грайворонский забег».....	57
3.1. Общая характеристика тура.....	57
3.2. Финансово-экономическое обоснование тура.....	63
Заключение.....	67
Список использованных источников.....	69
Приложения.....	74

Введение

Туризм – это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения.

Спортивный туризм – это особый вид туризма, благодаря которому, туристы (клиенты туристских фирм) становятся живыми свидетелями событий в мире спорта, культуры и искусства. Такие поездки остаются в памяти как одни из самых ярких моментов в жизни. Клиенты становятся в разряд тех редких избранных во всем мире, кто видел то, что больше никогда не произойдет.

Спортивный туризм – это общенациональный вид спорта в России, отражающий национальные традиции России. Он включает в себя не только спортивную составляющую, но и особую духовную сферу, и образ жизни самих туристов. Спортивный туризм относится к социальному виду спорта, им занимаются слои населения, не имеющие больших доходов, т.к. он не требует относительно больших материальных расходов.

Спортивный туризм представляет собой самостоятельную и социально-ориентированную сферу, образ жизни значительной части общества. Он является эффективным средством духовного и физического развития личности, воспитания бережного отношения к природе, взаимопонимания и взаимопочтения, формой «дипломатии» основанной на реальном знакомстве с жизнью, историей, культурой, обычаями. Спортивный туризм по своим целям может иметь спортивную, познавательную, учебную, исследовательскую, экологическую направленность и их сочетание, а также осуществляет разнообразные спортивные, оздоровительные, рекреационные, познавательные, воспитательные, экономические и другие функции. По типу мероприятий спортивный туризм реализует свои цели при организации и проведении: путешествий, спортивных походов, соревнований, слетов, экспедиций, экстремальных спортивных туров, спортивно-туристских школ по подготовке гидов

и инструкторов спортивного туризма.

Белгородская область – одна из наиболее интересных в туристическом плане территорий России.

Белгородская область характеризуется интересным рельефом, красотой рек и разнообразием живописного ландшафта. Здесь существуют все возможности для развития нетрадиционных форм туризма. На территории края находится множество археологических и этнологических памятников, а именно: древние поселения и городища, горные выработки на мел.

Спортивный туризм - один из самых перспективных секторов экономики области с большим потенциалом для быстрого развития, при его изучении.

Актуальность данной работы определена тем, что спортивный туризм являлся и продолжает являться неотъемлемой частью жизни большей части населения Белгородской области, оказывая положительное влияние на организм человека, поддерживая здоровье и хорошую физическую форму, и заключается в том, что изучение особенностей и состояния спортивного туризма в Белгородской области позволяют его развивать.

Таким образом, проблему можно сформулировать следующим образом: недостаточная степень изученности особенностей и состояния спортивного туризма в Белгородской области для дальнейшего развития.

Цель данной работы – на основе анализа перспектив развития спортивного туризма в Белгородской области разработать спортивный тур.

Поставленная цель предполагает решение ряда задач:

- рассмотреть теоретические основы развития спортивного туризма;
- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности в ООО «Центр Мира;
- разработать спортивный тур по Белгородской области.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы послужили исследования отечественных и зарубежных ученых, таких как: О.Т. Лойко, Е.Н. Артемовой, В.А. Козловой, И.В. Зорина, Т.П. Кавериной, В.А.

Квартальнова и др.

Информационной базой исследования являлись статьи материалов конференций таких ученых как: А.Ю. Королева, В.М. Макарова.

Методами исследования послужили такие общенаучные методы, как: теоретический и статистический анализ.

Апробация результатов исследования заключается в том, что разработанный спортивный тур по Белгородской области может использоваться турфирмами Белгорода и области.

Объем выпускной квалификационной работы составляет 73 страниц печатного текста, состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников в количестве 61 источник, проиллюстрировано 21 таблицами и 9 рисунками.

1. Теоретические основы развития спортивного туризма

1.1. Спортивный туризм, его сущность и особенности организации

Скорее всего, каждый знает, что такое походы на лыжах зимой, сплавы по горным рекам, вело и мотопоездки, но не каждый задумывается, что все это часть так называемого спортивного туризма. О.Т. Лойко определяет его как традиционную форму туристской деятельности. Стоит сказать, что спортивный туризм даже больше, чем просто одна из форм и видов туризма. Сегодня спортивный туризм в России – это национальный вид спорта. «Спортивный туризм – вид спорта по преодолению протяженного отрезка земной поверхности, называемым маршрутом» [30].

Помимо этого, преодоление также и водных пространств, и пещер. В процессе прохождения маршрута преодолеваются разные своеобразные естественные препятствия. Такие как, горные вершины и перевалы (в горном туризме) или речные пороги (в сплавах по рекам).

Сразу стоит отметить, что спортивный туризм – это комплексное явление, которое включает в себя разные виды туризма. Классификация спортивного туризма осуществляется по разным критериям и признакам. Так, в соответствии с видами передвижения спортивный туризм подразделяется на:

- автмототуризм;
- автостоп;
- велосипедный туризм;
- водный туризм (парусный туризм, сплав по горным рекам и т. д.);
- конный туризм;
- лыжный туризм;
- мотоциклетный туризм;
- пешеходный туризм – передвижение на маршруте производится в основном пешком (горный туризм);
- спелеотуризм;
- комбинированный туризм [30].

В соответствии с возрастающей протяженностью, продолжительностью и технической сложностью спортивные походы подразделяются на «походы I, II, III, IV, V и VI категории сложности» [21, с. 7].

В зависимости от трудности преодолеваемых препятствий, района похода, автономности, новизны и ряда других его факторов, характерных для разных видов спортивного туризма, по возрастающей сложности походы разделяются на:

- походы выходного дня;
- походы 1-3 степени сложности – в детско-юношеском туризме;
- категорийные походы. В разных видах туризма число категорий сложности различна: в пешеходном, горном, водном, лыжном, велосипедном и спелео-туризме – шесть категорий сложности (к.с.); в автомо- и парусном туризме – пять; в конном – три [30].

В Программе развития спортивного туризма в РФ на 2011-2018 гг. отмечено, что в соответствии с возрастным признаком «спортивный туризм включает детский, юношеский, молодежный, взрослый, среди пожилых, семейный, разновозрастной» [27].

Еще одно деление спортивного туризма на виды представлено в пособии Е.Н. Артемовой. Она выделяет активный и пассивный спортивный туризм. «При активном основой является потребность в занятии каким-либо видом спорта. При пассивном – это интерес к виду спорта, наблюдение» [2].

Е.Н. Артемова с соавторами отмечает, что в спортивный туризм входит спортивная деятельность, а именно: водный туризм, зимний спорт, охота и рыболовство и гольф. Они отмечают, что водный туризм сегодня находится на подъеме, обусловленном развитием средств передвижения. Например, использование различного рода судов (под парусом или с мотором). При этом основной инфраструктурой этого вида туризма является спортивный порт.

Порт состоит из следующих зон:

- морская;
- зона технического обеспечения: судовые верфи, заправка топливом;

– дополнительного обслуживания: рестораны, магазины, дискотеки» [22].

Зимний спорт подразделяется на альпийские лыжи, горные лыжи, катание на санях и т.д.

В основном инфраструктуру составляют горные зимние станции. Что касается охоты и рыболовства, то эта деятельность в отличие от других является регламентированной и осуществляется в соответствии с определенными правилами. Например, для ее осуществления необходима лицензия или разрешение.

Помимо традиционных видов спортивного туризма, недавно был введен новый вид – равнинный туризм. Это природно-ориентированный туризм на равнине.

Как замечает А.И. Зырянов, «равнинный туризм в каком-то отношении соответствует «негорному» туризму. Однако суть здесь состоит не в виде преодолеваемых природных препятствий, а в новой системе организации и координации туристско-рекреационной деятельности, которую необходимо наладить при дефиците таких ярких природных ресурсов, которые характерны для горных пространств, и высокой степени потребности» [17].

Равнинный туризм включает в себя спортивные (самодетельные) пешеходные, водные (сплавы по рекам), лыжные, спелеопутешествия, велопутешествия, промысловые туристские мероприятия (рыболовные, охотничьи, ягодно-грибные и другие промысловые туры), маршруты экологического туризма в равнинной местности.

Помимо вышперечисленных видов в равнинный включается также бальнеологический туризм вне моря и гор, сельский туризм, усадебный туризм. Наиболее полная классификация спортивного туризма приводится И.Е. Востоковым в своем докладе (рис.1.1)[8, с. 6].

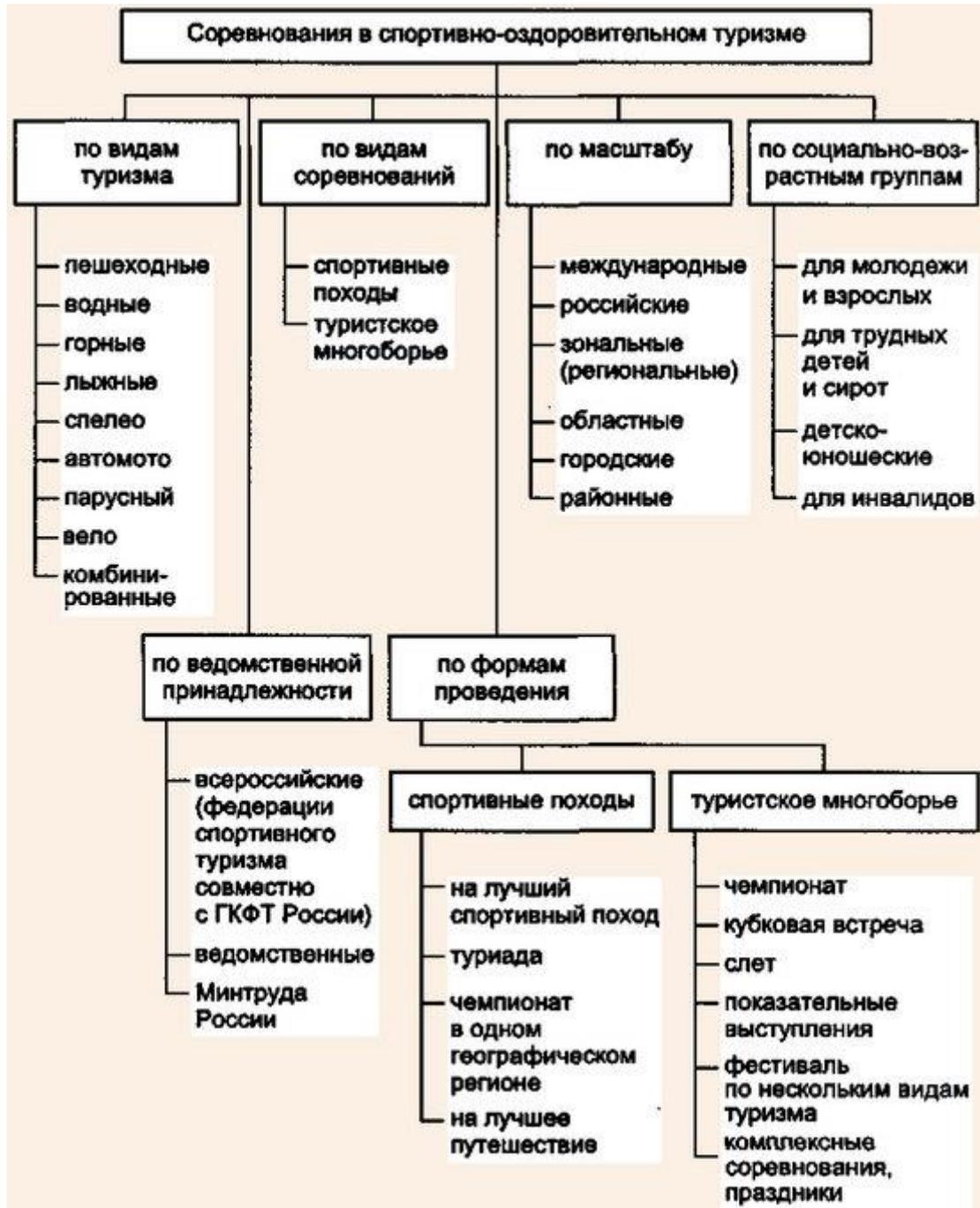


Рис. 1.1. Классификация спортивного туризма (И. Е. Востоков)

Таким образом, можно сказать, что разновидностей спортивного туризма большое множество. Это говорит о его популярности, о его актуальности и важности. Он затрагивает все возрастные категории туристов, различные способы передвижения, уровни сложности и продолжительности. Каждый может выбрать приемлемый вид спортивного туризма для себя.

М.А. Винокуров отмечает, что сущность спортивного туризма заключа-

ется в организации поездок на различные спортивные мероприятия. «Он позволяет заниматься выбранными видами спорта (горнолыжным, плаванием, спортивной рыбалкой и охотой и т.д.), а также «болеть» за любимую команду, лично присутствуя на крупных спортивных соревнованиях» [7, с. 6].

С точки зрения А.Ю. Королева «основным содержанием спортивного туризма является преодоление естественных препятствий природного характера» [21, с. 1]. В качестве примера препятствий природного характера можно привести: лед, снег, водные преграды, препятствия макро- и микрорельефа местности. «Кроме естественных препятствий природного ландшафта и сложностей климатического характера могут иметь место трудности иного плана, например, пространственные характеристики (не населённость) и некоторые другие» [21, с. 1].

Сущность спортивного туризма заключается также и в том, что в данном виде туризма проявляется не просто активная двигательная деятельность, а сочетание физических и волевых качеств участника спортивного тура. Спортивный туризм предполагает самостоятельное преодоление больших географических расстояний и сложных препятствия. В связи с этим данный вид спорта требует хорошей физической подготовки. Также турист обязан иметь выносливость и различные профессиональные навыки. А.Ю. Королев отмечает, что спортивный туризм «это комплексный (смешанный) вид спорта типа многоборья, но повышенной протяженности и продолжительности [21, с. 1].

Во многих случаях спортивный туризм – это экстремальный вид путешествий.

Основными потребителями спортивного туризма является группа, состоящая из обычных людей (непрофессиональных спортсменов), которые предпочитают во время путешествия заниматься выбранным видом спорта. Стоит сказать, что организацией походов для непрофессиональных спортсменов, спортсменов-походников могут осуществлять как туристические фирмы, профессиональные туристские организации, так и сами участники походов. Как отмечает И.В. Зорин: «у нас в стране их часто называют «самодеятельными

туристами» [15].

В связи с тем, что спортивный туризм достаточно разнообразен и сложен (в плане его многообразия), существуют определенные особенности спортивного туризма, которые стоит отметить.

Одной из главных особенностей спортивного туризма является наличие природно-рекреационных условий при организации спортивных туров. «Так, для горнолыжного туризма необходимо наличие гор с подходящими склонами разной сложности; для рафтинга – наличие горных рек с труднопроходимыми, но интересными участками, с наличием несложных препятствий, возможность удобной заброски и снятия с маршрута и т.д.» [15].

С вышеописанной особенностью связана следующая особенность, которая заключается в том, что спортивный туризм очень «географичен», т.е. «характеризуется большим пространственным охватом и пространственным смыслом, маршрутной технологией, зависимостью программы путешествия от самых разнообразных географических факторов» [21, с. 2].

Третьей немаловажной особенностью является наличие масштабной материальной базы. Материальная база включает в себя разного рода объекты инфраструктуры. Например, гостиницы, транспорт, пункты проката спортивного оборудования, зоны обслуживания: раздевалки, технические службы; наличие специальных сооружений: поля, корты, бассейны, катки и т.д.

В большинстве случаев при организации спортивного тура обязательным является наличие медицинских пунктов. Кроме того, необходима и зона дополнительного обслуживания, включающая объекты проживания, питания, магазины, дискотеки и т.д.

И.В. Зорин отмечает и такой аспект как наличие экскурсионной программы. «Возможно сочетание экскурсионно-познавательных и спортивных программ. Скажем, велотур с остановками для осмотра достопримечательностей» [15].

Еще одной особенностью организации спортивных туров является наличие квалифицированных и опытных инструкторов по соответствующему виду

спорта, мастеров и кандидатов в мастера спорта для работы с туристами.

Инструкторы должны знать правила безопасности и уметь оказывать первую помощь. «Туристы при обслуживании разбиваются на группы опытных, менее опытных и начинающих спортсменов, с каждой из групп занимается отдельный инструктор» [15].

Пятая особенность обусловлена комплексностью спортивного туризма. Спортивный туризм в отличие от большинства других видов спорта имеет большее содержание: «расширение кругозора путешественника при знакомстве с новыми местами и людьми, воздействие на него многообразной природы, активное взаимодействие коллектива людей в борьбе с трудностями и собственными недостатками, автономные действия группы в малоосвоенных и ненаселенных районах, воспитание самостоятельности, инициативы, решительности и самообладания при неожиданных стечениях обстоятельств» [21, с. 4]. Также стоит отметить и такую особенность спортивного туризма как его классификация по сложности. В обычных турпоходах такого нет. Часто разделение походов по сложности связано с наличием и разнообразием каких-либо преград, например, горных вершин и перевалов, переходов рек, завалов, и т.д.

Главная цель спортивного туризма отражена в Программе развития спортивного туризма в РФ: «Спортивный туризм способствует развитию массовости физкультурного движения в стране» [5, с. 4]. При этом спортивный туризм по своим целям может иметь спортивную, познавательную, учебную, исследовательскую, экологическую направленность и их сочетание [27, с. 73].

Подводя итог можно сказать, спортивный туризм – вид спорта по преодолению протяженного отрезка земной поверхности, называемым маршрутом. Сущность спортивного туризма заключается в том, что в данном виде туризма проявляется не просто активная двигательная деятельность, а сочетание физических и волевых качеств участника спортивного тура.

Спортивный туризм – это комплексное явление, которое включает в себя разные виды туризма. Классификация спортивного туризма осуществляется по разным критериям и признакам. Разновидностей спортивного туризма большое

множество. Особенности спортивного туризма: наличие природно-рекреационных условий при организации спортивных туров; наличие масштабной материальной базы; наличие квалифицированных и опытных инструкторов по соответствующему виду спорта, мастеров и кандидатов в мастера спорта для работы с туристами; географичность; комплексность; классификация по сложности.

Таким образом, мы рассмотрели сущность и особенности организации спортивного туризма.

1.2. Развитие спортивного туризма в России и за рубежом

В истории развития туризма за рубежом нет плавного течения. За последние два века он прошел три этапа (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Этапы развития туризма в Западной Европе (по Зорину И.В.)

Период	Характеристика
Начало 19 – начало 20 века	Развитие элитарного туризма. Зарождение специализированных предприятий по производству туристических услуг
Начало 20 века – до Второй мировой войны.	Начало становления социального туризма
После Второй мировой войны.	Развитие массового туризма. Формирование туристической индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туристов.

Дважды, в начале и в середине XX века, в организации туризма происходили революционные изменения. Они связаны с усилением роли государства в предоставлении гарантий туристического обслуживания и с демократизацией социального состава туристов при резком расширении их числа.

Потребности и желания клиентов постоянно меняются. В результате происходят изменения и в географии туризма, и в его типах. Например, в начале прошлого века весьма популярными и престижными курортами считались Ницца и Баден-Баден, где можно было встретить весь цвет европейского (в т.ч. петербургского и московского) общества. А в наши дни Ницца известна в основном как оздоровительный курорт и уже не является столь престижным местом отдыха, каковым она была в те времена [28].

Тяга к здоровому образу жизни стимулировала наряду с пассивным (оздоровительным) отдыхом развитие спортивного туризма (альпинизм, лыжный туризм, походы по горам, велосипедный туризм, парусный туризм и т.д.), который официально признан видом спорта.

Рассмотрим развитие спортивного туризма в зарубежных странах. S. Hudson с соавторами пишут, что сам спорт различными источниками определяется по-разному и с разных точек зрения. К примеру, в Северной Америке он

традиционно воспринимается через призму обязательности таких атрибутов, как состязательность, ограниченность во времени и в пространстве, а также наличие формализованных правил. Альтернативный подход предлагает расширять его восприятие через дополнительное включение таких неконкурентных элементов, как отдых и здоровье.

В его рамках J. Kurtzman и J. Zauhar предлагают выделять следующие перечисленные ниже объекты туристского притяжения, под влиянием которых происходит формирование спортивных туристских потоков [18].

Достопримечательности (в оригинале – «attractions»). Они привлекают туристов возможностью увидеть что-либо интересное и при этом связанное со спортом, но не спортивное мероприятие, попадающее в категорию «события (events)». Достопримечательности могут быть естественными (горы, парки и пр.) или искусственными, созданными в результате осознанной человеческой деятельности (музеи, стадионы, магазины). Общей чертой данной разновидности спортивного туризма выступает то, что она связана с посещением:

- различного рода спортивных объектов и сооружений;
- музеев и залов спортивной славы;
- спортивных парков, включая водные и прыжковые (на лыжах и bangu);
- туристических маршрутов, разработанных для изучения природы;
- спортивных магазинов.

Так, например, более 50 тыс. туристов ежегодно посещают Нью-Йорк для посещения MadisonSquareGarden, являющегося домашней ареной баскетбольной команды New-YorkNicks.

Национальный зал славы бейсбола и музей в Нью-Йорке (США), Международный хоккейный зал славы и музей в Торонто (Канада), японский зал славы бейсбола и музей в Токио (Япония) ежегодно привлекают более 300 тыс. посетителей каждый.

TheBassProShop в Спрингфилде (США), являясь крупнейшим специализированным розничным магазином площадью более 350 тыс. кв. футов и привлекая более 3,5 млн. посетителей в год, признан «туристской достопримечательностью».

тельностью номер один» в штате Миссури. Примечательно, что такого рода признание и лежащие в его основе причины опровергают типичные представления о торговле как о некоей «вспомогательной» отрасли в составе туристской индустрии [36].

Курорты. Будучи предназначенными для спортивного туризма, они представляют собой специализированные комплексы взаимосвязанных объектов и сооружений, основной производственной и маркетинговой ориентацией которых являются спорт и здоровье.

С точки зрения сферы интересов целевых потребителей наиболее распространенными являются курорты, специализированные на гольфе, теннисе, водных и зимних видах спорта.

С точки же зрения уровня оснащённости спортивные курорты могут существенно различаться, что позволяет им в совокупности удовлетворять запросы самого широкого круга потребителей от профессиональных спортсменов и организаторов спортивных мероприятий, нуждающихся в местах проведения тренировок и соревнований, до спортсменов-любителей, заинтересованных в спорте как в средстве рекреации.

Для многих специализированных спортивных курортов типичной является тенденция выхода и все большего проникновения на рынок услуг делового туризма, занимающегося проведением конференций, совещаний и иных корпоративных мероприятий. Для него спортивная оснащённость курортов означает возможность снижения стрессов, параллельной рекреации участников различного рода мероприятий, team-building в рамках корпоративных спортивных соревнований [41].

Специфической разновидностью спортивного курорта, типичной для иностранного спортивного туризма, прежде всего в США, является функционирование спортивных лагерей. Американская ассоциация спортивных лагерей (AmericanCampingAssociation) насчитывает на территории США более 8,5 тыс. одно- и многодневных (круглосуточных) спортивных лагерей, ежегодно обслуживающих 6,0 миллионов туристов. Одни из наиболее крупных, но отнюдь

не единственные специализированные информационные источники KidsCamps.com™ и GrownUpCamps.com™ содержат информацию относительно более чем 2,8 тыс. молодежных и 2,0 тыс. взрослых спортивных лагерей, специализированных на бейсболе, баскетболе, спортивной гимнастике, плавании и еще более сорока видах спорта [18].

Круизы. Спортивные туристические круизы подставляют собой ту разновидность круизов, которая непосредственно связана в маркетинговом плане со спортом или спортивными мероприятиями. Некоторые круизные суда представляют собой, по сути, спортивные курорты на воде, обладающие уникальными спортивными сооружениями и оборудованием для занятий и проведения соревнований по гольфу, теннису, водным лыжам, дайвингу и др. видам спорта. Дополнительным плюсом в пользу этих «курортов на воде» является возможность перемещаться в пространстве и доставлять туристов (непосредственно или с использованием дополнительного транспорта) к удаленным местам спортивной активности, где они могут выступить в качестве зрителей или участников. Наконец, еще одним элементом повышения «спортивной» привлекательности круиза может выступать приглашение звезд спорта, тренеров, методистов и т.д., проведение с их участием во время путешествия презентаций, мастер-классов, семинаров и иных обучающих мероприятий.

Спортивные туры и, соответственно, деятельность профессиональных участников рынка по их организации могут адресоваться как любителям спорта (зрителям и болельщикам), так и профессиональным игрокам, а также игрокам-любителям. S. Hudson со ссылкой на других авторов пишет, что в США для отдельно взятой туристической компании может являться типичной практика, при которой она за год обслуживает около 5 тыс. спортивных туристов, каждый из которых приносит ей около \$5 тыс. дохода.

Тот же автор со ссылкой уже на другие исследования упоминает, что родители участников высококлассных детских спортивных команд заявляют о готовности тратить в год на путешествия своих детей от \$1,5 тыс. до \$5,0 тыс. Национальная ассоциация студенческого спорта (The National

CollegiateAthleticAssociation (NCAA) в год тратит на поездки своих членов \$33,4 млн. (\$29,3 млн. на поездки на различные соревнования и \$4,1 млн. на деловые поездки). Каждая команда профессиональной бейсбольной лиги тратит на поездки около \$2 млн. в год.

События («events»). К ним относятся спортивные мероприятия, которые привлекают значительное число посещающих их спортивных туристов (участников и зрителей), точное число и структурное деление которых зависит от характера и масштаба проводимого мероприятия.

При этом к участникам спортивного мероприятия относятся как непосредственно спортсмены, так и их тренеры, обслуживающий (в том числе медицинский) персонал, представители СМИ и т.д. [38].

Больше 20 лет назад, в 1994 году, анализ 22 графиков спортивных событий в 7 мировых регионах показал, что на их долю приходилось около 34,0% от общего количества событий, притягивавших туристские потоки. Тот же анализ показал, что на долю спортивных туристских событий приходилось около 42,0% от общего количества дней, связанных с проведением каких-либо событий.

SoarInternational – компания, расположенная в Ванкувере (Канада) и специализированная на аналитике и управлении проведением спортивных мероприятий – оценивает их ежегодное количество только в Канаде в размере 150 тыс.

В США Национальная ассоциация спортивных комиссий (The National Association of SportCommissions (NASC)), объединяющая более 200 городов и территорий, ведет специальную базу данных по соответствующим событиям, где, среди прочего, учитываются их продолжительность, количество ночевок (в расчете на два последних события), количество участников и т.д. Типичными примерами такого рода событий являются спортивные соревнования, приведенные в таблице 1.2 [18].

Таблица 1.2

Типичные спортивные туристские события в США

Систематизировано по нескольким источникам, использующим различные методики учета. Мероприятие	Экономический эффект, млн. \$	Количество туристов (участников / зрителей), чел.	Примечание
Национальный чемпионат по волейболу среди юношеских женских команд	4,9	6240 (249 команд)	3 дня, 4462 ночевок
Национальный чемпионат по борьбе среди юниоров	1,0	8000 (2000/6000)	4 дня
Национальный чемпионат по хоккею на траве	1,65	11200 (1200/10000)	3 дня
Национальный чемпионат по фигурному катанию	3,0	20020 (20/20000)	4 дня
Национальный чемпионат по спортивной гимнастике	5,0	8000	5 дней
Национальный чемпионат по плаванию	0,8	1000	2200 ночевок
NikeWorldMasters Games	100	55-75 тыс. (25 тыс./30-50 тыс.)	100 стран
Олимпийские Игры среди полицейских	7-10	10800 (5400/5400)	6 дней

S. Hudson (2003) со ссылкой на SportsTravelMagazine говорит о том, что рынок спортивного туризма только в США имеет оборот в размере \$118,3 млрд., включая:

- рынок путешествий команд и спортсменов – \$6,1 млрд.;
- рынок стимулирующих корпоративных путешествий – \$2,1 млрд.;
- рынок семейных путешествий и путешествий зрителей – \$47,3 млрд.;
- рынок приключенческих и fantasy путешествий – \$62,8 млрд.

Wikipedia оценивает оборот мирового рынка спортивного туризма в размере около \$600 млрд. [18].

И в том, и в другом случае речь идет, скорее всего, не о спортивном туризме в том понимании, в каком предлагает рассматривать его настоящее исследование, а обо всех видах туризма, в той или иной мере предполагающих связь со спортом и спортивную активность (sport-related tourism). Выделить в данных объемах ту часть туризма, которая рассматривает спорт как средство

достижения именно основной цели путешествия, при отсутствии специально посвященных этому исследований и организованного с этой целью статистического учета представляется практически невозможным [11].

Таким образом, можно говорить о стабильном развитии спортивного туризма за рубежом.

Далее рассмотрим развитие спортивного туризма в России. В силу своей меньшей развитости в сравнении с другими странами, однако, в последнее время получившим определенное развитие, подробнее остановимся на развитии спортивного туризма более раннего периода.

В царской России туризм как общественное явление не получил должного развития, хотя в это время уже были научно обоснованные рекомендации известных ученых-педагогов Е.А. Покровского и П.Ф. Лесгафта по использованию походов как важного средства воспитания людей. Накануне Октябрьской революции функционировали малочисленные клубы и секции, объединявшиеся Российским обществом туристов и культивировавшие в основном водный, велосипедный и горный туризм. Членство общества было привилегией состоятельного населения. При посредстве общества издавались малым тиражом путеводители с описанием наиболее популярных маршрутов по Крыму и Северному Кавказу, по некоторым рекам и озерам. Появились первые профессиональные инструкторы по туризму, а также специально оборудованные базы для обслуживания туристов.

Великая Октябрьская социалистическая революция открыла туризм нового типа. В советский период туризм стал массовым социальным явлением и успешно содействовал решению многих воспитательных, образовательных и оздоровительных задач [48].

В первые годы советской власти начинают практиковаться довольно сложные групповые многодневные походы, воспитывающие у участников чувство патриотизма, стремление к познанию истории и природных богатств родного края, общению с людьми, его населяющими, представителями различных наций и народностей. В 1923 г. был впервые совершен агитационный лыжный

поход комсомольцев по маршруту Архангельск - Москва, а в 1924 г. подобных походов было проведено 12.

В 20-ые годы возникали различные толкования роли и значения физической культуры. Функционировали, к примеру, гигиеническое направление, ограничивавшее выбор средств физического воспитания. Сторонники его необоснованно завышали роль несложных туристских мероприятий, организуемых на природе с минимальными финансовыми затратами. Также, можно назвать и другие причины такого подхода к развитию массовой физической культуры: слабость материальной базы, недостаток в инструкторских кадрах, финансовых средствах и т. п.

В 20-х годах массовая туристская работа приобретает важное общественно-политическое значение. И в первую очередь это связано с известными постановлениями ЦК ВКП «О задачах партии в области физической культуры» и «О физкультурном движении». Перед физкультурными организациями ставится задача внедрения в практику физкультурного движения таких форм и методов, которые бы способствовали повышению общественной активности трудящихся масс.

В 30-е годы большое количество туристских групп были привлечены к изыскательским работам в труднодоступных районах страны. Была даже разработана специальная программа учебы, которая предусматривала изучение основ геологии, минералогии, методики поиска полезных ископаемых. Туристы принимали активное участие в создании первых в стране заповедников и заказников [16].

В 30-е годы произошли значительные изменения в организационной структуре развития туризма, способствовавшие увеличению его массовости. К началу 40-х годов в советском физкультурном движении произошло окончательное утверждение туризма как массового, доступного средства физического воспитания людей.

Во время Великой Отечественной войны была введено всеобщее военное обучение, которые активно использовало туристские упражнения как средства

военно-прикладной физической подготовки.

В послевоенные годы туристские мероприятия осуществлялись в русле оздоровительных мероприятий. Также, возрастала роль туризма в проведении общественно-политических мероприятий. Организовывались массовые звездные походы, посвященные выборам в Верховный Совет СССР. Увлечение туристов, объединенных в туристские секции и клубы, сложными походами, организуемыми в экстремальных условиях, потребовало создание системы подготовки к походам на основе единых программно-нормативных требований. Для этого в 1949 г. туризм был впервые введен в Единую всесоюзную спортивную классификацию.

В начале 60-х годов происходит реорганизация управления развитием туризма в стране. Центральное туристско-экскурсионное управление, при ВЦСПС преобразуется в Центральный совет по туризму со значительным расширением его полномочий. Центральный совет по туризму стал самостоятельным органом с более конкретным кругом функций [29].

Особо знаменательными событиями в развитии туризма как массового явления в 60-е годы следует назвать организацию по инициативе ЦК ВЛКСМ Всесоюзного похода комсомольцев и молодежи по местам революционной, боевой и трудовой славы Коммунистической партии и советского народа, проведение первых всесоюзных слетов победителей похода по местам революционной, боевой и трудовой славы советского народа, а также организацию первых всесоюзных конкурсов на лучшие туристские путешествия. Впоследствии все они утвердились в качестве традиционных форм массовой туристской работы. В 1972 г. туризм включен во Всесоюзный физкультурный комплекс «Готов к труду и обороне СССР» [14]. Начало 80-х годов было принято постановление ЦК КПСС, Совета Министров СССР и ВЦСПС «О дальнейшем развитии и совершенствовании туристско-экскурсионного дела в стране». В постановлении ставилась задача так усовершенствовать массовую туристскую работу, чтобы полнее использовать возможность туризма в целях улучшения идейно-политического, трудового и нравственного воспитания трудящихся и учащейся

молодежи, укрепления здоровья и рационального использования свободного времени населения нашей страны. В результате реализации постановления увеличивается массовость туристской работы в трудовых коллективах, повсеместно открываются новые секции и клубы, создаются группы в местах массового отдыха. За достаточно короткий срок отлажен выпуск более качественного туристского инвентаря и снаряжения, расширяется сеть туристских баз, повышается их экономическая эффективность. В стране значительно увеличилось число маршрутов для походов выходного дня и многодневных походов в рамках требований значка «Турист СССР». К середине 80-х годов более 8 миллионов человек занимается самостоятельным туризмом и свыше 20 миллионов ежегодно участвует в походах выходного дня и многодневных категорийных походах. Туризм приобрел действительно массовый характер. Особую роль в последние годы он стал играть в приобщении широких масс населения к здоровому образу жизни [43].

Итак, развитие туризма в СССР было постоянно подчинено интересам страны. Туризм способствовал выполнению важных общественно-политических функций на всех этапах развития Советского государства. Совершенствование форм и методов туристской работы было тесно связано с развитием физкультурного движения [29].

На сегодняшний день, статистические данные свидетельствуют, что Россия существенно отстает от многих зарубежных стран по развитию спортивного туризма: у нас в стране сегодня лишь 14 тыс. спортивных клубов, в которых занимается примерно 11% населения. Для сравнения: в маленькой Австрии их вдвое больше – 27,5 тыс. В Италии только в спортивных клубах занимается спортом 21% населения, во Франции – примерно 23% населения. Непосредственно спортивным туризмом в России занимается 358,4 тыс. человек, что составляет 0,25% всего населения страны [30].

1.3. Технологические особенности спортивного туризма

Основным содержанием спортивного туризма, как вида спорта, является преодоление естественных препятствий природного рельефа местности. Эти препятствия отличаются большим разнообразием: скалы, снег, лед, водные препятствия и другие. Многообразны и климато-географические условия преодоления препятствий – погодные условия, большая высота, отдаленность от населенных пунктов и цивилизации. Спортивный туризм – это вид спорта, включенный в Единую всероссийскую спортивную классификацию (ЕВСК), включающий соревнования связанные с преодолением категорированных препятствий в природной среде и на искусственном рельефе.

Спортивный туризм относится к видам спорта, для которых характерна активная двигательная деятельность с существенным проявлением физических и морально волевых качеств. К развитию таких физических качеств туриста спортсмена, как общая и специальная выносливость, сила, координация предъявляются комплексные повышенные требования. Соревнования в спортивном туризме заключаются в выявлении сильнейших участников или команд (туристских групп) и проводятся по двум группам дисциплин, включенных во Всероссийский реестр видов спорта (ВРВС) – в группе дисциплин «Маршрут» и в группе дисциплин «Дистанции».

Соревнования в группе дисциплин «Маршрут» заключаются в прохождении в природной среде туристских маршрутов, их оценке судейской коллегией и выявлении сильнейших туристских групп. При участии в соревнованиях, группы соревнуются в прохождении маршрутов соответствующих категорий сложности [12].

Соревнования в группе дисциплин «Дистанции» заключаются в прохождении участниками без нарушения правил и в максимально короткое время спортивной дистанции, содержащей как естественные, так и искусственные препятствия, встречающиеся в условиях реальных спортивных походов, требующие их преодоления с использованием специальных технических приемов

и способов. Прохождение спортивных дистанций осуществляется с использованием специального туристского снаряжения, облегчающего и ускоряющего передвижение, обеспечивающего безопасность и выполнение технических и тактических задач.

Осипов Б.А., Константинов Ю. С. в своих работах подчеркивают, что спортивный туризм, как вид спорта, является привлекательным и доступным для учащейся молодежи и спортсменов среднего возраста, а также для всех возрастов в качестве рекреационно-оздоровительного вида деятельности [24].

Туристско-краеведческая форма учебно-воспитательной работы является эмоционально яркой и очень содержательной стороной жизни детей. Такая форма работы способствует не только, разностороннему воспитанию, становлению гражданственности и патриотизма, но и укреплению здоровья подрастающего поколения. Особенно актуальными в настоящее время для жителей урбанизированных пространств являются: укрепление здоровья учащихся через дозированные физические нагрузки в непосредственном контакте с природой. Причем, большое значение имеет процесс организации двигательной активности на открытом воздухе, что, по мнению Т.П. Завьяловой способствует полноценному, гармоничному развитию физических и психических качеств личности, повышению устойчивости организма к изменениям внешней среды. Высокую оздоровительно-воспитательную ценность двигательной деятельности на открытом воздухе отмечали педагоги эпохи возрождения Ж.-Ж. Руссо, Ф. Рабле, Т. Мор, современные ученые - В.В. Горниевский, Ю.Ф. Замановский. В связи с этим, процесс физического воспитания школьников должен предусматривать определенный научно-обоснованный режим, включающий рациональную организацию двигательной активности, в сочетании с естественными оздоровительными силами природы, и учетом индивидуальных особенностей занимающихся.

Как средство физического воспитания спортивно-оздоровительный туризм обладает большим развивающим, воспитывающим, образовательным и оздоровительным потенциалом, представлен прикладными упражнениями,

заимствованными из спортивного туризма, такими как дозированная ходьба по пересеченной местности с отягощением (рюкзаком), лазание по скалам, передвижение на лыжах, по веревочным перилам, на плавсредствах, закаливание.

Прикладной характер упражнений спортивного туризма, в совокупности с высокой эмоциональностью занятий обеспечивают повышение интереса, что проявляется в развитии мотивации к дополнительным и самостоятельным занятиям, а возможность индивидуально-дифференцированного подбора упражнений, благодаря разнообразию средств и форм туризма, обеспечивают необходимый уровень развития основных двигательных качеств: силы, выносливости, гибкости и координации.

Ряд авторов [24, 25] в своих исследованиях доказывают, что упражнения направленные на развитие выносливости более эффективны для повышения функциональных возможностей различных систем организма, способствуют повышению уровня развития других физических качеств и общей работоспособности, закаливанию организма, профилактике респираторных и сердечно-сосудистых заболеваний. Развитию общей выносливости способствуют упражнения преимущественно циклического характера на открытом воздухе, оказывающие благоприятные воздействия на регуляцию деятельности основных физиологических систем организма. Следовательно, такие упражнения положительно влияют на уровень здоровья занимающихся, при этом физическая нагрузка по интенсивности может регулироваться в широких пределах, что немаловажно для учета индивидуальных особенностей. Отмеченными характеристиками в полной мере обладают упражнения спортивно-оздоровительного туризма. Виды туристской деятельности, по формам, средствам и содержанию заимствованные из спортивного туризма, но не связанные с подготовкой и выступлением в спортивных соревнованиях, а направленные на физическое развитие и воспитание, сохранение и укрепление здоровья, активный отдых и функциональное восстановление организма человека, принято называть рекреационным или оздоровительным туризмом. Также средства спортивного туризма используются в реабилитационном туризме, который имеет целевую

функцию – лечение определенных заболеваний средствами туризма. При этом используются климатические условия различных мест пребывания туристов, целебные источники, дозированные физические нагрузки при прогулках и походах. В теории спортивной тренировки под тактикой понимается искусство ведения спортивной борьбы [11].

Тактика спортивного туризма подразумевает выбор и способ использования техники, средств и методов спортивного туризма для достижения поставленных задач в условиях походов и соревнований. Тактика в спортивном туризме сводится к умению принимать оптимальные решения в стандартных и нестандартных ситуациях, реализовать замысел, план решения стоящей задачи - безопасного преодоления препятствий с минимальным затрачиванием сил и времени.

Техника спортивного туризма — это комплекс взаимосвязанных действий и приемов, направленных на решение туристских задач.

Техника и тактика спортивного туризма классифицируется по видам туризма (пешего, лыжного, водного, горного и др.). Элементы техники ряда видов туризма, взаимно переплетаясь, образуют общие основы техники туризма в целом. Практически одной техникой пользуются в горном и пешем туризме.

В любом турпоходе (массовом, учебном, спортивном, экспедиции) в любом виде туризма и при любой категории сложности маршрута общими будут:

- организация движения;
- организация отдыха (привалов и ночлегов) и питания;
- обеспечение безопасности участников похода;
- обеспечение экологической безопасности.

В зависимости от характера похода, сложности маршрута, вида туризма, цели и задач похода, времени года содержание техники и тактики перечисленных разделов будет изменяться в очень широком диапазоне. На спортивном маршруте при достаточно напряженном графике движения решаются многочисленные технические и тактические задачи, в т. ч.: четкий режим движения и

отдыха, тщательное ориентирование, выбор оптимального тактического плана преодоления естественных препятствий, а в наиболее сложных случаях – предварительная их разведка и обработка, так как, преодолевая естественные препятствия человек всегда должен иметь надежные гарантии безопасности. При этом используется техника и тактика страховки и специальное снаряжение, обеспечивающее безопасное преодоление препятствий [7].

Итак, спортивный туризм – это вид спорта, включенный в Единую все-российскую спортивную классификацию (ЕВСК), включающий соревнования связанные с преодолением категорированных препятствий в природной среде и на искусственном рельефе.

Таким образом, были рассмотрены его технологические особенности. Подводя итог первой главе необходимо отметить, что спортивный туризм – это вид спорта по преодолению протяженного отрезка земной поверхности, называемым маршрутом. Сущность спортивного туризма заключается в том, что в данном виде туризма проявляется не просто активная двигательная деятельность, а сочетание физических и волевых качеств участника спортивного тура. Разновидностей спортивного туризма большое множество.

Особенности спортивного туризма: наличие природно-рекреационных условий при организации спортивных туров; наличие масштабной материальной базы; наличие квалифицированных и опытных инструкторов по соответствующему виду спорта, мастеров и кандидатов в мастера спорта для работы с туристами; географичность; комплексность; классификация по сложности.

Развитием спортивного туризма в России занимается Туристско-спортивный союз России и его технический комитет - Федерация спортивного туризма России. На сегодняшний день, статистические данные свидетельствуют, что Россия существенно отстает от многих зарубежных стран по развитию спортивного туризма.

В первой главе выпускной квалификационной работы мы рассмотрели теоретические основы развития спортивного туризма.

2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

ООО «Центр Мира»

2.1. Организационно-экономическая характеристика

ООО «Центр Мира»

Полное название фирмы Общество с ограниченной ответственностью «Центр мира». Ее местонахождение: г. Белгород, ТД «Август», ул. 5-Августа, д. 1-К 3 этаж, офис 5, тел. (4722) 585 737.

Фирма образованна в 2010 году. Генеральным директором ООО «Центр мира» является Нефедова Алёна Юрьевна. Данное предприятие выполняет туроператорскую деятельность по внутреннему туризму.

Основная цель, которую ставит для себя предприятие ООО «Центр мира»: организация продажи туристских услуг. Под продажей туристических услуг подразумевается бронирование гостиниц по России и всему миру, предложение и продажа познавательных, приключенческих, деловых, экологических, рекреационных туров по России и за рубежом.

Миссия этой компании – обеспечить обслуживание и впечатления такого качества, чтобы турист не только путешествовал снова и снова, но и рекомендовал наши туры всем своим друзьям и знакомым.

Режим работы турагентства ООО «Центр мира» круглогодичный по будням с 9:00 до 18:00, по субботам с 10:00 до 17:00.

Организации Обществос Ограниченной Ответственностью «Центр мира» присвоены ИНН 3123212882, ОГРН 1103123005590, ОКПО 62650091.

Фирма осуществляет обслуживание, как туристических групп, так и индивидуальных туристов, иностранных граждан, прибывающих в Белгород, как с деловыми, так и с частными целями, организуя для своих клиентов путешествия на любой вкус: отдых, лечение, деловой туризм, семинары.

Основными задачами турагентства ООО «Центр мира» является:

– полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристским центрам и др.;

- продвижение этой информации с помощью рекламы;
- организация продажи туристского продукта в соответствии с современными методами торговли, а также используя специфику и особенности туристского рынка.

- на сегодняшний день штат сотрудников фирмы небольшой, но через несколько лет планируется его увеличение.

ООО «Центр мира» – турфирма, которая специализируется на продаже путевок по максимально доступным ценам. Также турфирма «Центр мира» является активным участником международного туристского рынка, присутствует на крупнейших туристских форумах и ярмарках, например, МИТТ в Москве и других.

Конкуренты ООО «Центр мира»: турагентство «Точка мира», «Белогорье-тур», «Интурист-экспресс», «Лего тур».

Подводя итог, следует указать положительные и отрицательные стороны турфирмы «Центр мира». Положительные стороны:

- хорошее, быстрое и надежное обслуживание клиентов;
- широкий выбор туров;
- удобное месторасположение;
- надежное страхование туристов.

Отрицательной стороной является:

- очень маленькое помещение;
- загроможденность офисной мебелью и различными документами;
- отсутствие места ожидания для клиента.

Предложения:

- введение новых видов услуг с доступными ценами;
- привлечение туристических агентов к распространению путевок;
- улучшение обслуживания с целью привлечения наибольшего количества клиентов и получения максимальной прибыли;
- разработка системы скидок и льгот для клиентов;
- правильно организовать рабочее место сотрудников.

По отношению к своим конкурентам турагентство обладает следующими преимуществами:

- опыт работы на рынке 7 лет;
- скидки на туры для постоянных клиентов;
- быстрый и качественный сервис;
- профессионализм сотрудников.

По каждому туру разработана обширная информационная база (листовки, брошюры), дающая возможность клиенту получить достаточный объём информации для принятия решения о выборе направления и конкретного тура. Приобретая туристскую путёвку, клиенты подписывают с фирмой договор, в котором указан тщательно отработанный набор условий, что позволяет предупредить возможные недочёты и конфликты в обслуживании. Фирма проявляет значительный интерес к туристской общественной жизни, участвует во всех важных туристских мероприятиях, выделяет время и значительные средства для участия не только в России, но и за рубежом.

Штат в ООО «Центр мира» составляет 7 штатных единиц. Согласно деятельности данного предприятия основную часть работников в ООО «Центр мира» составляют женщины различных возрастов. В соответствии с направлениями работы, организационная структура предприятия выглядит следующим образом (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Организационная структура ООО «Центр мира»

Все сотрудники фирмы специалисты, имеющие профессиональное образование и опыт работы.

Организационная структура ООО «Центр мира» основана на горизонтальном разделении управленческого труда.

Преимущества функциональной структуры:

- освобождение линейных руководителей от решения многих специальных вопросов.

- высокая компетентность специалистов;

Негативные моменты:

- длительная процедура принятия решений;

- трудности поддержания взаимосвязей между различными функциональными службами;

- несогласованность распоряжений различных функциональных служб.

Рассмотрев организационную структуру ООО «Центр мира» можно сделать вывод, что этот тип структуры подходит данной организации. Она нормально функционирует и развивается. Но также имеются и недостатки для решения, которых необходимо повышать квалификацию специалистов и разрабатывать специальные программы по совершенствованию деятельности фирмы.

Характеризуя трудовые ресурсы можно увидеть, что количество работников фирмы не увеличивается. Это способствует стабилизации фонда заработной платы, следовательно, не сказывается на увеличении стоимости турпродукта.

Информационная система управления. Управление – важнейшая функция, без которой немислима целенаправленная деятельность любого социально-экономической, организационно-производственной системы [1,2]. Систему, реализующую функции управления, называют системой управления. Функции системы управления:

- прогнозирование;

- планирование;
- учет;
- анализ;
- контроль;
- регулирование.

Управление связано с обменом информацией между компонентами системы, а также системы с окружающей средой. В процессе управления получают сведения о состоянии системы в каждый момент времени о достижении заданной цели с тем, чтобы воздействовать на систему и обеспечить выполнение управленческих решений.

Таким образом, любой системе управления экономических объектов соответствует своя информационная система, которая называется экономической информационной системой.

Виды информации:

1) внешняя – директивные указания вышестоящих органов, местных органов управления, документы от других организаций и предприятий-смежников;

2) внутренняя – данные о ходе производства на предприятии, о выполнении плана, о работе подразделений и служб.

В туристической сфере можно выделить следующие виды информации:

- законодательная и нормативно-правовая база;
- методическая и методологическая информация;
- аналитическая – обработанные и систематические данные статистического и прогнозируемого характера;
- описательная – информация о туристических ресурсах данные об истории, объектах показа, достопримечательностях, климатических условиях, географическом положении, культурных традициях;
- справочная- расписание движения транспорта, контактные данные о режиме и порядке работы турфирмы;
- информация об объектах и других средствах размещения- описания

гостиниц, пансионатов, санаториев, домов отдыха и т.д., содержащая данные о местоположении, предоставляемых услугах, номерном фонде, инфраструктуре;

– информация о туре – данные о комплексе услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионных турах, а также услуг гидов-переводчиков и других услуг, предоставляемых в зависимости от целей путешествия;

– информация о гражданах (персональные данные);

– информация бронирования - сформированные и структурированные и представленные в определенном формате данные, достаточные для заключения договоров, оформленных в виде заказа в письменном или электронном виде, и направленная турагенствам, туроператорам или лицам, предоставляющим отдельные услуги;

–экономическая информация, финансовая и бухгалтерская отчетность;

– новостная;

– рекламная.

Пользователями информации являются: физические лица (туристы), юридические лица (турагенства), общественные организации и профессиональные объединения, образовательные учреждения, государственные организации. Поставщиками информации являются: туроператоры, авиакомпании, предприятия транспорта, гостиницы других городов и стран, экскурсионные компании и т.д.

Правовое обеспечение деятельности предприятия ООО «Центр мира».Права, обязанности и ответственность директора определяются законодательными и правовыми актами, уставом и договором (контрактом), заключенным между ним и турфирмой ООО «Центр мира». Директор осуществляет текущее руководство деятельностью общества и подотчетен общему собранию участников. Основные функции директора следующие:

– директор действует от имени общества, обеспечивает выполнение решений собрания участников общества;

- издает приказы и дает указания, обязательные для всех работников общества;
- в пределах предоставленных ему прав распоряжается имуществом и средствами общества;
- представляет интересы общества;
- заключает договоры;
- совершает всякого рода сделки и иные юридические акты;
- утверждает штаты и сметы, договорные цены и тарифы на услуги, выдает доверенности, открывает счета в банках;
- осуществляет прием и увольнение работников, их поощрение и наложение взысканий, осуществляет командирование работников, в том числе за границу, осуществляет оповещение участников о сроках и порядке проведения собрания, организует ведение и хранение документации общества.

Бухгалтерский учет на предприятии осуществляется специальным подразделением - бухгалтерией. Главный бухгалтер подчиняется руководителю предприятия и несет ответственность за формирование учетной политики, ведение бухгалтерского учета и своевременное представление полной и достоверной бухгалтерской информации. Бухгалтерия предприятия обеспечивает обработку документов, рациональное ведение записей в учетных регистрах, составление отчетности, а также занимается калькуляцией туров, начислением заработной платы, исполняя функции кассира.

В обязанности старшего менеджера по туризму входит: формирование и работа с клиентской базой, разработка и проведение компаний по привлечению клиентов, маркетинговое исследование рынка туристических услуг, организация работы офиса, заключение договоров, оформление туристических документов, консультирование по турпродукту, подбор, разработка, оформление, расчет стоимости и продажа туров, бронирование билетов, гостиниц; консультация клиентов и выявление потребностей.

От обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования зависят объем и своевременность выполненных работ,

степень использования оборудования, машин, механизмов и как следствие - объем производства продукции, ее себестоимость, прибыль и ряд других экономических показателей. Трудовой потенциал предприятия определяется количеством работников, кадровым составом и структурой персонала, которые характеризуются различными количественными, качественными и структурными показателями. Показатели движения персонала на турфирме ООО «Центр мира» представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Движение персонала на ООО «Центр мира»

Показатель	2015 год	2016 год	Изменения (+,-)
Численность персонала на начало года	9	7	-3
Выбыли, ед. чел.	3	-	3
- по собственному желанию	2	0	-2
- уволены за нарушение	1	0	-1
Численность персонала на конец года	7	7	-3
Среднесписочная численность персонала	9	7	-3

Из данных таблицы 2.1 видно, что среднесписочная численность персонала в 2016 году сократилась по сравнению с 2015 годом на 3 человек. Коэффициент текучести кадров уменьшился на 0,06%, а коэффициент постоянства кадров остался неизменным. Характеризуя трудовые ресурсы можно увидеть, что количество работников фирмы не увеличивается. Это способствует стабилизации фонда заработной платы, следовательно, не сказывается на увеличении стоимости турпродукта.

Для организационно-экономической характеристики предприятия необходимо провести анализ основных экономических показателей. При анализе основными источниками информации послужили бухгалтерские балансы и отчёты о прибылях и убытках за 2014–2016 гг.

Динамика основных показателей финансово-хозяйственной деятельности представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Динамика основных показателей финансово-хозяйственной

деятельности ООО «Центр Мира» за 2014–2016 гг.

Показатели, тыс. руб.	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2014	2015	2016	2015 / 2014	2016 / 2015	2016 / 2014	2015 / 2014	2016 / 2015	2016 / 2014
Выручка	5310	10272	10904	4962	632	5594	193,4	106,2	205,3
Себестоимость работ, услуг	4135	8373	8575	4238	202	4440	202,5	102,4	207,4
Валовая прибыль	1175	1899	2329	724	430	1154	161,6	122,6	198,2
Прибыль от продаж	439	1075	1601	636	526	1162	244,9	148,9	364,7
Чистая прибыль	255	702	1016	447	314	761	275,3	144,7	398,4
Оборотные средства	1082	2609	3275	1527	666	2193	241,1	125,5	302,7
Внеоборотные активы	1370	2961	3496	1591	535	2126	216,1	118,1	255,2
Собственный капитал	4387	4325	4801	-62	476	414	98,6	111,0	109,4
Среднегодовая стоимость основных средств	1370	1432	1631	62,5	199	261,5	104,6	113,9	119,1
Дебиторская задолженность	248	2660	1010	2412	-1650	762	1072,6	38,0	407,3
Кредиторская задолженность	208	2811	404	2603	-2407	196	1351,4	14,4	194,2
Денежные средства	604	832	930	228	98	326	137,7	111,8	154,0
Величина используемого капитала, тыс. руб.	2439	5645	4169	3206	-1476	1730	231,4	73,9	170,9
Фондоотдача, руб. / руб.	3,88	7,17	6,68	3,29	-0,49	2,81	185,0	93,2	172,4
Фондоёмкость, руб. / руб.	0,26	0,14	0,15	-0,12	0,01	-0,11	54,1	107,3	58,0

– выручка предприятия имеет положительную динамику, в 2014 году данный показатель составил – 5310 тыс. руб., в 2015 году 10272 тыс. руб., в 2016 году 10904 тыс. руб. Выручка увеличилась в 2015 году на 93,44% а в 2016 году на 6,15% по сравнению с 2015 годом и на 105,3% по сравнению с 2014 годом. Данная динамика свидетельствует об увеличении объемов продаж в ООО «Центр Мира»;

– себестоимость услуг в 2014 г. составила 4135 тыс. руб. в 2015 г. – 8373 тыс. руб., а это на 102,5% больше, чем в 2014 г., в 2016 г. – 8575 тыс. руб., а это на 2,4% больше, чем в 2015 г. В 2016 г. по сравнению с 2014 г. происходит

увеличение себестоимости на 107,4%, данная динамика совместно с положительной динамикой выручки от продаж свидетельствует об увеличении объемов продаж;

– как видно из таблицы предприятие достигло высоких результатов хозяйственной деятельности к концу рассматриваемого периода, о чем свидетельствует увеличение общей суммы валовой прибыли (на 61,2% в 2015 г., и 22,6% в 2016 г.). Такой рост прибыли явился результатом увеличения практически всех ее составляющих. Увеличились такие показатели, как прибыль от реализации (на 144% в 2015 г., на 49% в 2016 г.). Они же составляют большую долю от валовой прибыли;

– как итог деятельности предприятия имеем увеличение чистой прибыли предприятия, так в 2014 году чистая прибыль предприятия составила 255 тыс. руб., в 2015 году – 702 тыс. руб., что на 175,3% больше чем в 2014 году. В 2016 году чистая прибыль составила 1016 тыс. руб., что на 44,7% больше чем в 2015 году и на 298% чем в 2014 году;

– оборотные средства предприятия составили в 2014 году – 1082 тыс. руб., в 2015 году – 2609 тыс. руб., что на 141,1% больше чем в 2014 году, в 2016 году – 3275 тыс. руб., что на 25,5% больше чем в 2015 году, и на 202,7% больше чем в 2014 году. Увеличение стоимости оборотных средств свидетельствует об увеличении объема деятельности предприятия и является положительной динамикой;

– увеличение объемов деятельности предприятия повлияло на общую сумму кредиторской и дебиторской задолженности: в 2014 году сумма кредиторской задолженности составила 208 тыс. руб., в 2015 году – 2811 тыс. руб., в 2015 году 3404 тыс. руб., сумма дебиторской задолженности составила в 2014 году – 248 тыс. руб., в 2015 году 2660 тыс. руб., в 2016 году – 1010 тыс. руб. Значительное увеличение кредиторской задолженности в 2012 году с одновременным увеличением оборотных средств, говорит о том, что в 2015 году предприятие взяло кредит для вложения средств в развитие предприятия, что привело к увеличению объема оказанных услуг а также

росту таких показателей как выручка, прибыль от продаж, чистая прибыль, что является положительной динамикой;

– отрицательным фактором можно считать превышение дебиторской задолженности ад кредиторской в 2016 году;

– основные средства предприятия составили в 2014 году 1370 тыс. руб., в 2015 году – 1432 тыс. руб., что на 13,9% больше чем в 2014 году, в 2016 году – 1631 тыс. руб., что на 13,9% больше чем в 2015 году и на 19,1% больше чем в 2014 году;

– показатель фондоотдачи показывает, какова общая отдача от использования каждого рубля, вложенного в основные средства. Так, в 2014 г. приходилась 3,88 руб. отдачи от использования каждого рубля, вложенного в основные средства, в 2015 г. – 7,17 руб., а это на 85% больше, чем в 2014 г., в 2016 г. – 6,68 руб., а это на 6,8% меньше, чем в 2012 г. В 2016 г. по сравнению с 2014 г. происходит увеличение фондоотдачи на 72,4%, т.е. можно говорить о повышении эффективности использования основных средств, что ведет к экономии капитальных вложений.

Таким образом, ООО «Центр Мира» многопрофильное турагентство, которое работает на туристическом рынке города Белгорода с 2009 года. Успех в технологии продаж туристского продукта был достигнут фирмой благодаря хорошо отлаженной системе реализации.

Анализ основных финансово–экономических показателей свидетельствует об эффективной деятельности предприятия, о чем говорит увеличение прибыли и повышение рентабельности продаж.

Размер выручки в 2014 году составил 5310 тыс. руб., в 2015 году – 10272 тыс. руб., что на 93,4% больше чем в 2014 году, в 2016 году выручка ООО «Центр Мира» составила 10904 тыс. руб., что на 6,15% больше чем в 2015 году.

2.2. Анализ финансового состояния предприятия

Проведем анализ финансово–хозяйственной деятельности туристиче-

ского агентства по бухгалтерской отчетности за 2014–2016 гг.

Проведем анализ изменения стоимости и структуры активов и пассивов предприятия в приложение 1.

Таким образом, мы видим из приложения 1, что имущество предприятия за 3 года с 2014 по 2015 гг. увеличилось по стоимости на 6635 тыс. руб. Рассмотрим, за счет чего произошел этот рост.

За анализируемый период стоимость как внеоборотных, так и оборотных активов выросла, но стоимость оборотных активов увеличивается более быстрыми темпами (почти в 2 раза), чем стоимость внеоборотных активов. Так же мы видим, что оборотные активы превышают стоимость внеоборотных активов.

В пассивах также увеличился как собственный, так и заемный капитал, но скорость роста долгосрочных обязательств превышает скорость роста краткосрочных. Так же можно отметить негативную динамику в том, что заемный капитал превышает собственный.

Рассмотрим структуру активов и пассивов бухгалтерского баланса предприятия в процентном соотношении в приложения 2.

Из приложения 2 видно, что более 50% активов предприятия составляют оборотные активы, при чем их доля за 3 года увеличилась с 52,31% до 55,49%. Собственный капитал предприятия составляет 21,8% в 2016 г. от пассивов предприятия, большую же часть составляют краткосрочные обязательства – более 60%: в 2014 г. – 77,13%, в 2016 г. – 63,21% (за 3 года доля снизилась на 13,91%). При этом краткосрочные обязательства предприятия составляют почти 15% в 2016 г. против 1,5% в 2014 г. Предприятие снижает свою финансовую устойчивость.

По итогам проведенного анализа прибыли можно сказать, что предприятие прибыльно, причем рост прибыли от основной деятельности составил 22,6%.

Прочая деятельность предприятия убыточна, за 3 года убыток от прочей деятельности вырос на 19,9%. Убыток предприятие получает за счет пре-

вышения операционных расходов над доходами: темп роста операционных расходов превышает темп роста операционных доходов на 5,1%.

Общий рост прибыли до налогообложения составил 6%.

Резервами роста прибыли предприятия являются: рост объема продаж, увеличение доли более рентабельных видов продукции в общем объеме реализации и снижение себестоимости товаров, работ, услуг.

Проведем анализ использования оборотных средств предприятия.

Коэффициент оборачиваемости текущих активов в 2014 г. составлял 7,70, а в 2016 г. – 6,45. Налицо отрицательная динамика, что свидетельствует об ухудшении финансового положения предприятия. При такой тенденции для поддержания нормальной производственной деятельности предприятие вынуждено привлекать дополнительные средства.

Составными частями текущих активов являются производственные запасы и дебиторская задолженность.

В связи с этим для выяснения причин динамики общей оборачиваемости текущих активов проанализируем изменения в скорости и периоде оборота дебиторской задолженности и запасов.

Оборачиваемость запасов имеет динамику замедления с 8,25 до 6,59, соответственно вырос период оборота материальных запасов с 44 до 55 дней, что является отрицательной динамикой. Оборачиваемость дебиторской задолженности напротив растет – с 27,82 до 28,99, соответственно, период оборота дебиторской задолженности снизился с 13,12 до 12,59, что является положительной динамикой, но не влияет на общую тенденцию текущих активов.

Таким образом, можно говорить о неэффективном использовании оборотных средств предприятия (табл. 2.3).

Проведем оценку деловой активности, что позволит охарактеризовать результаты и эффективность текущей основной производственной деятельности.

Таблица 2.3

Показатели оборачиваемости

Показатели	Период		
	2014	2015	2016
Оборачиваемость активов	3,86	3,86	3,56
Оборачиваемость собственного капитала	21,53	18,14	16,54
Оборачиваемость кредиторской задолженности	5,45	5,77	6,57
Период оборота кредиторской задолженности	66,97	63,26	55,56

Коэффициент оборачиваемости активов показывает эффективность использования предприятием всех имеющихся ресурсов, независимо от источников их образования, таким образом, мы видим, что за анализируемый период 3,86 раз в 2014 г., 3,86 раз в 2015 г., 3,91 раз в 2016 г. совершается полный цикл производства и обращения. Видна отрицательная динамика снижения оборачиваемости.

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала также имеет тенденцию снижения – замедления оборачиваемости – с 21,53 до 16,54 раз. Значение показателя довольно высокое, что может говорить о значительном превышении уровня продаж над вложенным капиталом, что может означать увеличение кредитных ресурсов. Отношение обязательств к собственному капиталу растет, что негативным образом отражается на финансовой устойчивости предприятия.

Какова же динамика кредиторской задолженности: оборачиваемость кредиторской задолженности увеличивается с 5,45 до 6,57 раз, период оборота кредиторской задолженности снизился с 67 до 55 дней. Период оборота кредиторской задолженности характеризует среднюю продолжительность отсрочки платежей, предоставляемой предприятию поставщиками. Чем он больше, тем активнее предприятие финансирует текущую производственную деятельность за счет непосредственных участников производственного про-

цесса (за счет использования отсрочки оплаты по счетам, нормативной отсрочки по уплате налогов и т.д.).

Высокая доля кредиторской задолженности снижает финансовую устойчивость и платежеспособность организации, однако кредиторская задолженность, если эта задолженность поставщикам и подрядчикам «дает» предприятию возможность пользоваться «бесплатными» деньгами на время ее существования.

Таким образом, можно сказать, что эффективность коммерческой деятельности ООО «Центр мира» снижается, а, следовательно, и его деловая активность из-за снижения оборачиваемости активов, текущих активов предприятия, а в частности, запасов, собственного капитала.

Одной из характеристик финансовой устойчивости является степень обеспечения запасов и затрат собственными и заемными источниками их формирования.

Рассчитаем показатели, характеризующие наличие источников, которые формируют запасы для производственной деятельности.

Собственных средств в обороте предприятия не хватает: если в 2014 г. их дефицит составлял 4456 тыс. руб., в 2015 г. – 3942 тыс. руб., то уже в 2016 г. – 5354 тыс. руб.

Ситуация с собственными средствами и долгосрочными заемными средствами в сумме обстоит лучше: в 2014 г. их дефицит составлял 4205 тыс. руб., в 2015 г. – 3426 тыс. руб., а в 2016 г. – сумма дефицита сократилась еще – до 1820 тыс. руб. Сокращение дефицита связано с ростом долгосрочных обязательств.

Подсчет общей величины основных источников средств для формирования запасов показал следующие результаты: в 2014 г. их сумма составила 8862 тыс. руб., в 2015 г. – 10571 тыс. руб., в 2016 г. – 13084 тыс. руб. Стоимость основных источников средств для формирования запасов увеличилась из-за увеличения займов и кредитов.

Расчеты показывают, что для финансирования запасов необходимо

привлечение как собственных оборотных средств, так и заемных долгосрочных и краткосрочных источников.

Далее рассчитаем отклонения, дающие оценку достаточности источников для покрытия запасов в приложение 6.

Из таблицы видно, что собственных средств на предприятии не хватает для покрытия запасов, при чем их дефицит растет из года в год: в 2014 г. – 13318 тыс. руб., в 2015 г. – 14513 тыс. руб., в 2016 г. – 18438 тыс. руб. При росте оборотных активов происходит уменьшение собственных средств в обороте предприятия.

Но собственных средств в сумме с долгосрочными заемными источниками также не хватает для покрытия запасов, видна аналогичная тенденция, как и с собственными средствами: дефицит в 2014 г. – 13067 тыс. руб., в 2015 г. – 13997 тыс. руб., в 2013 г. – 14904 тыс. руб.

И лишь общая величина основных источников средств для формирования запасов может покрыть запасы, но без излишка.

Рассмотрим, как это отражается на финансовом состоянии предприятия ООО «Центр мира».

Классификация финансового состояния по степени устойчивости представлена в таблице 2.4.

Рассматриваемая ситуация соответствует неустойчивому финансовому состоянию ООО «Центр мира».

Проведем анализ финансовой устойчивости ООО «Центр мира».

Коэффициент автономии характеризует долю средств, вложенных собственниками в общую стоимость имущества предприятия. Оптимальное значение данного коэффициента больше или равно 0,5. На рассматриваемом предприятии данный показатель имеет низкое значение, значит, оно не поддерживает свою финансовую устойчивость и не может погасить все долговые обязательства.

Таблица 2.4

Сводная таблица показателей по типам финансовых ситуаций

Показатели	Тип финансовой ситуации			
	Абсолютная независимость	Нормальная зависимость	Неустойчивое состояние	Кризисное положение
$\pm E_c$	$E_c \geq 0$	$E_c < 0$	$E_c < 0$	$E_c < 0$
$\pm E_t$	$E_t \geq 0$	$E_t \geq 0$	$E_t < 0$	$E_t < 0$
$\pm E_\Sigma$	$E_\Sigma \geq 0$	$E_\Sigma \geq 0$	$E_\Sigma \geq 0$	$E_\Sigma < 0$

Итак, можно сделать вывод о неустойчивом финансовом положении «Центр мира» в течение всего периода исследования, так как на предприятии дефицит собственных средств, а финансирование запасов покрывается лишь общей величиной источников средств.

Значение коэффициента финансовой устойчивости показывает удельный вес тех источников финансирования, которые предприятие может использовать длительное время в своей деятельности. Данный показатель очень низок (0,23 в 2014 г., 0,24 в 2015 г., 0,37 в 2016 г.), хотя и имеет тенденцию к росту.

Коэффициент финансовой зависимости имеет слабую тенденцию снижения (в 2014 и 2015 гг. – 0,79, в 2016 г. – 0,78), и показывает, какая часть имущества предприятия сформирована из заемных средств. Мы видим, что эта часть составляет более половины, что подрывает финансовую устойчивость предприятия.

Коэффициент финансирования является обратным коэффициенту финансовой зависимости, и показывает, какая часть деятельности предприятия финансируется за счет собственных средств, а какая – за счет заемных. У анализируемого предприятия изменение значения данного коэффициента составило 0,01. Это также говорит о том, что его деятельность финансируется в основном за счет заемных средств.

Организация, для которой значение коэффициента обеспеченности собственными средствами является минимальным и составляет 0,1, признается неплатежеспособной. В ООО «Центр Мира» данный показатель имеет отрицательное значение (в 2014 г. –0,5, в 2015 г. –0,37, в 2016 г. –0,41), так как оно не имеет собственных оборотных средств. Итак, ООО «Центр Ми-

ра» неплатежеспособно.

Коэффициент маневренности капитала характеризует гибкость использования средств в обороте, что обеспечивает фактическое значение коэффициента, превышающее оптимальное, равное 0,5. На анализируемом предприятии данный показатель также имеет отрицательное значение за весь период исследования.

Коэффициент имущества производственного назначения показывает долю внеоборотных активов и запасов в общей стоимости имущества предприятия. Данный показатель в ООО «Центр Мира» достаточно высок (в 2014 г. – 0,86, в 2015 г. – 0,84, в 2016 г. – 0,89) и имеет тенденцию к увеличению.

Коэффициент прогноза банкротства ООО «Центр Мира» имеет отрицательное значение. Это говорит о неустойчивом финансовом положении предприятия и присутствии риска банкротства. Отрицательным является то, что значение этого коэффициента имеет отрицательную динамику.

Коэффициент инвестирования указывает, в какой степени внеоборотные активы профинансированы за счет собственных средств. Данный показатель в ООО «Центр Мира» находится в пределах от 0,45 до 0,49. Так как значение данного коэффициента меньше 1, можно утверждать, что собственных источников средств для обеспеченности внеоборотными активами недостаточно.

Коэффициент постоянного актива, обратный коэффициенту инвестирования, в ООО «Центр Мира» имеет высокое значение. Положительным является снижение данного коэффициента в динамике – с 2,23 до 2,04.

На основе проведенного анализа финансовой устойчивости ООО «Центр Мира» с помощью финансовых коэффициентов можно сделать вывод, что ООО «Центр Мира» находится в неустойчивом финансовом положении и полностью зависит от кредиторов.

Одним из показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия, является его платежеспособность, то есть возможность наличными денежными ресурсами своевременно погасить свои платежные обязатель-

ства.

Проведем оценку платежеспособности ООО «Центр Мира» по данным баланса.

Анализируя данные по оборотным активам, мы видим, что основную долю занимают запасы и затраты, они имеют положительную динамику роста с 6496 тыс. руб. в 2014 г. до 10416 тыс. руб. в 2016 г. Общий рост за 3 года составил 3922 тыс. руб.

Средства в расчетах мало изменились за анализируемый период – с 2161 тыс. руб. в 2014 г. до 2510 тыс. руб. в 2016 г. Если с 2014 г. по 2016 г. их рост составил 494 тыс. руб., то в 2016 г. по сравнению с 2015 г. их объем уменьшился на 145 тыс. руб.

Денежные средства имеют тенденцию снижения: на 106 тыс. руб. с 2014 по 2015 гг., но уже в 2016 г. увеличились на 58 тыс. руб. Общее снижение за анализируемый период 47 тыс. руб.

Таким образом, оборотным активам характерна тенденция роста с 8862 тыс. руб. в 2014 г. до 13084 тыс. руб. в 2016 г.

Долгосрочные кредиты и займы, также как и краткосрочные обязательства также склонны к росту – долгосрочные кредиты и займы за период с 2014 по 2016 гг. на 3283 тыс. руб., краткосрочные обязательства за этот же период – на 1837 тыс. руб. В целом внешние обязательства за анализируемый период выросли на 5120 тыс. руб.

Данные таблицы свидетельствуют о том, что предприятие неплатежеспособно, так как внешние обязательства превышают оборотные активы на протяжении всего анализируемого периода. И если в 2014 г. это превышение составляло 4456 тыс. руб., то в 2015 г. – 5354 тыс. руб. И этот рост также является отрицательной динамикой. Данная тенденция обусловлена увеличением числа кредитов предприятия с продолжающимся ростом задолженности предприятия.

Определим коэффициент текущей платежеспособности:

$$K_{\text{тп}} 2014 = (2161+205)/13067 = 0,18$$

$$K_{\text{тп}} 2015 = (2655+99)/13997 = 0,20$$

$$K_{\text{тп}} 2016 = (2510+158)/14904 = 0,18$$

За три года значение коэффициента немного выросло в 2015 году, но уже в 2016 г. вернулось на прежний уровень – 0,18. Коэффициент очень мал, он меньше 1, предприятие неплатежеспособно.

Оценка платежеспособности осуществляется также на основе характеристики ликвидности текущих активов, то есть времени, необходимого для превращения их в денежную наличность. Понятие платежеспособности и ликвидности очень близки, но второе более емкое. От степени ликвидности баланса зависит платежеспособность. В то же время ликвидность характеризует не только текущее состояние расчетов, но и перспективу.

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени убывающей ликвидности, с краткосрочными обязательствами по пассиву, которые группируются по степени срочности их погашения.

Проведем анализ ликвидности баланса за период с 2014 по 2016 гг. Сопоставим итоги приведенных групп по активу и пассиву. Баланс считается абсолютно ликвидным, если имеет место соотношение:

$$A1 \geq П1, A2 \geq П2, A3 \geq П3, A4 \leq П4$$

За анализируемый период предприятие ООО «Центр мира» не обладало абсолютной ликвидностью.

Наиболее ликвидные активы значительно меньше суммы кредиторской задолженности. Платежный недостаток в 2014 г. составил 11600 тыс. руб., в 2015 г. – 11936 тыс. руб., в 2016 г. – 10784 тыс. руб./

Наиболее ликвидные активы значительно меньше суммы кредиторской задолженности. Платежный недостаток в 2014 г. составил 11600 тыс. руб., в 2015 г. – 11936 тыс. руб., в 2016 г. – 10784 тыс. руб.

В 2016 г. выявлено превышение краткосрочных пассивов над суммой быстрореализуемых активов, то есть платежный недостаток составил 1452 тыс. руб. Это говорит о том, что краткосрочные пассивы не могут быть погашены средствами в расчетах в 2016 г.

Медленно реализуемые активы превышали долгосрочные пассивы на протяжении всего анализируемого периода на 5993, 6942, 6515 тыс. руб. Однако платежный излишек по причине его низкой ликвидности не может быть направлен на покрытие краткосрочных обязательств.

Превышение постоянных пассивов над труднореализуемыми активами на 4708, 4301, 5721 тыс. руб. в 2014, 2015, 2016 гг. соответственно, свидетельствует о том, что предприятие не обладает собственными оборотными средствами.

Проведем более детальный анализ финансовой платежеспособности при помощи финансовых коэффициентов.

Для оценки текущей платежеспособности предприятия используются относительные коэффициенты ликвидности, на основе которых определяется степень и качество покрытия краткосрочных обязательств ликвидными активами.

Рассчитаем три относительных показателя ликвидности по данным бухгалтерского баланса.

Коэффициент абсолютной ликвидности в 2015 г. резко снизился с 0,016 до 0,007, но уже в 2016 г. наметилась тенденция роста – всего за 3 года коэффициент упал на 0,005 пункта. Он показывает, что лишь 1,1% краткосрочных обязательств может быть погашено за счет денежных средств и ценных бумаг предприятия.

Если сравнить значение коэффициента с рекомендуемым уровнем 0,2–0,25, можно отметить, что предприятие имеет дефицит наличных денежных

средств для покрытия текущих обязательств.

Коэффициент критической ликвидности показывает, что краткосрочные обязательства на 18% в 2016 году покрывались денежными средствами, ценными бумагами и средствами в расчетах.

Уровень данного коэффициента остался на уровне 2014 г., несмотря на небольшой рост до 0,20 в 2015 г. Уровень коэффициента критической ликвидности ниже рекомендуемого значения (0,7–0,8) и указывает на то, что сумма ликвидных активов предприятия не соответствует требованиям текущей платежеспособности.

Коэффициент текущей ликвидности за анализируемый период устойчиво растет с 0,68 в 2014 г. до 0,88 в 2016 г. Предприятие ликвидными активами покрывает лишь 88% краткосрочных обязательств в 2016 г. Значение коэффициента также ниже рекомендуемого уровня – 2.

Анализируя состояние платежеспособности ООО «Центр Мира», необходимо рассматривать причины финансовых затруднений, частоту их образования и продолжительность просроченных долгов.

Основными причинами неплатежеспособности ООО «Центр Мира» могут быть:

- невыполнение плана по реализации услуг;
- рост себестоимости;
- невыполнение плана по прибыли, как результат недостаток собственных оборотных средств;
- неправильное использование оборотного капитала: отвлечение средств в дебиторскую задолженность, вложение в сверхплановые запасы и на прочие цели, которые временно не имеют источников финансирования.

2.3. Оценка потенциала Белгородской области для развития спортивного туризма

Под туристским потенциалом какого-либо объекта (территории) понимается совокупность приуроченных к данному объекту (территории) природных и рукотворных тел и явлений, а также условий, возможностей и средств, пригодных для формирования туристского продукта и осуществления соответствующих туров, экскурсий, программ [1].

Следовательно, «под спортивно-туристическим потенциалом следует понимать совокупность природных объектов и явлений, а также социально-экономических и технологических предпосылок для организации спортивного туризма на определенной территории. Где данная деятельность, в свою очередь, непременно должна сводиться к соблюдению базовых принципов спортивного туризма» [5, 8, 11, 15].

Существуют различные методики оценки природно-рекреационных ресурсов, но самой распространенной является оценка степени благоприятности тех или иных параметров для рекреационного использования.

Выявление и оценку спортивно-туристического потенциала какой-либо территории имеет смысл проводить путем сравнения: оценивая фиксированный набор компонентов потенциала, используя для расчета итоговой оценки качественные шкалы в их балльной форме, вовлекая в сравнительную оценку необходимое число объектов, четко обозначая территориальные рамки сравнения [2, 17, 18].

В процессе оценки следует применять трех- и пятибалльную систему, так как она позволяет сопоставлять ландшафтную, биоклиматическую и экологическую компоненты территории и получать комплексную характеристику.

В ходе исследования использовалась методика покомпонентной оценки природных комплексов Белгородской области, где природные рекреационные ресурсы оценивались по трехбалльной шкале. Для их характеристики

были взяты следующие критерии оценки:

3 балла – наиболее благоприятный уровень;

2 балла – благоприятный уровень;

1 балл – относительно благоприятный уровень.

Методика оценки включала использование трех подходов:

– факторный – оценка каждого объекта, ресурса, фактора или параметра в отдельности;

– интегральный – расчет среднеарифметического балла;

– дифференциальный – оценка одного и того же ресурса в зависимости от вида природоориентированного туризма.

В Белгородской области состав горных пород, слагающих поверхность, экспозицию склонов, проходимость территории для туристских маршрутов и туристского транспорта, нигде не препятствуют установке туристских лагерей и почти не влияют на проходимость территории.

Рельеф и слагающие его горные породы часто являются источниками природных достопримечательностей. По вполне понятным причинам в области не могут развиваться такие виды туризма, как альпинистский или горнолыжный, практически отсутствуют условия для скалолазания, дельтапланизма и многих других видов спортивно-рекреационных занятий, связанных с рельефом.

Ландшафтно-экологические условия Белгородской области создают возможность для развития на ее территории таких видов стационарного и кратковременного отдыха, как пешеходный, велосипедный, конноспортивный, водно-прогулочный туризм.

Белгородская область относится к малообеспеченным водным регионам России, однако водные ресурсы широко используются в туристской деятельности и способствуют развитию туризма в регионе. Для целей спортивного туризма в большей степени применимы реки и крупные водоемы. В настоящее время их используют для организации и проведения различных видов отдыха: катания на катерах, гидроциклах, моторных водных лыжах.

На основании частных оценок компонентов и свойств ландшафта была проведена интегральная оценка ландшафтно – рекреационного потенциала. Интегральная оценка ландшафтно – рекреационного потенциала представляет собой суммарную величину вышеописанных параметров и рассчитывалась по формуле:

$$\text{ЛРП} = \text{ОР} + \text{ОВК} + \text{ОК} + \text{ОЭП} + \text{ОПТ}, \quad (1)$$

где ЛРП – ландшафтно – рекреационный потенциал;

ОР– оценка литогенной основы;

ОВК – оценка водного компонента;

ОРП – оценка растительного покрова;

ОК– оценка климата;

ОЭП – оценка визуально-эстетического потенциала;

ОПТ– оценка числа ООПТ.

При этом учитывались результаты покомпонентной оценки природных туристских ресурсов. Проведенная ландшафтно-рекреационная оценка позволила выделить участки с высоким и средним потенциалом, которые отображены на рисунке 2.2.



Рис. 2.2. Ландшафтно-рекреационный потенциал Белгородской области

На территории Белгородской области можно выделить несколько зон с высоким ландшафтно-рекреационным потенциалом: ворсклинский, илекско-ворсклинский, пенно-ворсклинский, северскодонецкий, оскольский, осколо-валуйский, тихососненский и айдарский природные комплексы.

Таким образом, проведенное исследование позволяет говорить о возможности использования ландшафтов Белгородской области и их ландшафтно-рекреационных ресурсов для развития различных видов спортивного туризма.

Так как спортивный туризм – это вид рекреационно-туристской деятельности по преодолению определенного отрезка земной поверхности, который называется туристским маршрутом. При этом под «земной поверхностью» подразумевается не только грунтовая поверхность нашей планеты, но также каменная (горы), водная (реки, водные акватории), подземные полости (пещеры). Во время прохождения маршрута преодолеваются разные специфические естественные препятствия. Например, лесные заросли, болота, пустыни – в пешеходном туризме, горные перевалы и вершины – в горном туризме, речные пороги – в водном туризме, пещеры – в спелеологическом туризме и т.п. Спортивный туризм при этом выступает как активный, часто экстремальный вид путешествий.

Поэтому очень важна ландшафтно-рекреационная оценка для спортивного туризма.

Оценка рельефа для спортивного туризма была проведена с учетом возможности проведения пеших, водных, лыжных, горных, велосипедных, спелео-походов по нескольким категориям, каждой из которых присвоили единицу измерения по 10-бальной шкале. В результате была получена следующая комплексная экспертная оценка рельефа Белгородской области с учетом функциональных составляющих ландшафта:

- 1 группа – лечебно-оздоровительный отдых, лыжный туризм, велосипедный туризм, мото- и автотуризм, конный туризм – 7-8 баллов;
- 2 группа – спортивный туризм, пешеходный туризм – 5-6 баллов;

-3 группа – водный туризм – 3-4 балла;

- 4 группа – спелеотуризм – 2-3 балла.

Пещеры в Шмарном, как и более известный монастырский комплекс в Холках – это очень своеобразное место для спелеотуризма. Время их возникновения неизвестно. По местным легендам, здесь жили избранные монахи, которые проводили особый обряд – делали мощи из своего тела, постепенно снижая количество потребляемой пищи, что приводило к истощению и медленной смерти. В пещерном комплексе вне зависимости от времени года и температуры снаружи сохраняется тепло – около 13 градусов по Цельсию.

В Белгородской области имеются благоприятные условия для развития водного туризма, особенно на реках Оскол, Северский Донец, Ворскла и Тихая Сосна [12].

Для развития прогулочного и парусного спорта из искусственных водоемов большим потенциалом обладают наиболее крупные водохранилища области – Старооскольское и Белгородское. Все большую популярность набирает такой активный вид отдыха, как сплав на байдарках и резиновых лодках.

Наилучшим объектом для сплава по реке, особенно для начинающих туристов, является река Оскол.

Пересекая всю территорию области с севера на юг, река проходит через Старооскольский городской округ, Чернянский, Новооскольский, Волоконовский и Валуйский районы. Река неглубока, с песчаным дном и течением не более 0,2 м/с.

Начинать маршрут рекомендуется от п. Чернянка или г. Новый Оскол. Без особых усилий, всего за 3-4 дня, можно пройти маршрут до города Валуйки. Протяженность маршрута п. Чернянка – г. Новый Оскол составляет 27 км; г. Новый Оскол – п. Волоконовка – 45 км; п. Волоконовка – г. Валуйки – 51 км.

В восточной части области интересна для сплава река Тихая Сосна. Следует учитывать, что река в летние месяцы, особенно в последние годы,

довольно маловодна, имеет медленное течение, сильно зарастает водной растительностью. В связи с этим начало маршрута лучше планировать ниже устья реки Усердец, в районе села Малобыково, урочища «Лиман», являющегося особо охраняемой территорией. Протяженность маршрута до границы с Воронежской областью около 40 км. Рекомендуется продолжить маршрут и закончить его на месте впадения Тихой Сосны в реку Дон возле заповедника «Дивногорье». Это добавит к путешествию еще 40 км, но позволит увидеть уникальный памятник природы – меловые дивы Дивногорья и посетить памятник раннего средневековья – Маяцкий комплекс.

В Красногвардейском районе на расстоянии нескольких километров от реки проходят Палатовский участок Изюмской оборонительной черты и Усердский участок Белгородской оборонительной черты – исторические памятники XVII века.

Река Ворскла, протекая по западным районам области, также может служить объектом водного туризма. В свое время река являлась естественной границей, отделявшей крепнувшее Русское государство от «Дикого поля». Вдоль реки основывались первые города и поселения Белогорья: г. Хотмыжск, г. Карпов. Имеются здесь и уникальные объекты природы. Начинать водное путешествие стоит с западной окраины п. Борисовка, а за 2-3 дня можно завершить сплав в г. Грайворон. Протяженность маршрута «п. Борисовка – г. Грайворон» – 38 км.

Таким образом Белгородская область обладает необходимым природно-рекреационным потенциалом для развития спортивного туризма.

Наиболее благоприятными районами для спортивного туризма являются: Старо- и Новооскольский, Губкинский, Грайворонский, Борисовский, Алексеевский, Краснояружский, Белгородский и Шебекинский.

3. Разработка велотура по Грайворонскому району

«Грайворонский забег»

3.1. Общая характеристика тура

Стоит отметить, что участникам нашего велотура требуется пройти начальный уровень подготовки к велопоходу.

Данный спортивный велотур относится к спортивным категорийным походам.

Паспорт маршрута.

1. Автор маршрута: Студентка гр.05001335, Пигунова Ю.Р.

2. Название маршрута «Грайворонский забег».

3. Общие сведения о маршруте:

- вид туризма: велосипедный;
- вид похода: многодневный поход;
- продолжительность: 5 дней;
- категория сложности: I (первая);
- протяжённость: 322 км.

4. Нитка маршрута: Белгород – Стрелецкое – Кустовое – Серетино – Томаровка – Борисовка – Головчино – Грайворон.

5. Сезонность: навигационный период (с мая по октябрь). За сезон – 24 тура.

6. График движения указан в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Дни пути	Участок пути	Протяжённость, км
1	Белгород – Стрелецкое	44
2	Стрелецкое – Кустовое Кустовое-Серетино	75
3	Серетино-Томаровка	42
4	Томаровка-Борисовка Борисовка – Головчино	78
5	Головчино-Грайворон	83

Краткая характеристика похода:

Количество перевалов – 1.

Число туристов в одной группе – 6 человек.

Число инструкторов в одной группе – 1 человек.

Это путешествие рассчитано, в первую очередь, на активных людей, имеющих опыт длительных путешествий на горном велосипеде по пересеченной местности и находящихся в хорошей физической форме.

Для того чтобы оценить сложность маршрута, мы должны четко представлять районы, через которые он будет проходить.

Описание маршрута.

Смысловая идея похода, характеристика маршрута.

Поход проходит по территории Грайворонского района.

Основная идея похода заключается в том, чтобы, начав поход из Белгорода и двигаясь на Юг, проехать по основным населенным пунктам Грайворонского района и замкнуть кольцо похода, вернувшись в Белгород с юга. Поход предусматривает намеренно прохождение в среднем темпе. Это позволит участникам похода не только крутить педали, но и по мере возможности общаться с местными жителями, знакомиться с достопримечательностями и местными условиями жизни. Разработанный маршрут и время, определенное на его прохождение, позволит это делать в достаточной мере.

Организация похода. Поддерживать средний темп позволит хорошая физическая подготовка участников. Для этого перед подготовкой тура будут проводиться совместные скатки за 3 месяца до похода. Данные скатки предусматривают, что все участники будут проходить тренировочные походы 1-2 к.с. В велопоходе обязательным является наличие хозяйственного и общетуристского ремонтного набора. Особое внимание будет уделено подбору снаряжения с целью увеличения его надежности и минимизации веса. Список снаряжения указан в приложении.

Самое главное в велопоходе любой категории сложности – это защита. Каждый турист, отправляющийся в поход должен быть обязательно снабжен

специальным шлемом и защитой (колено-локтевая, полная, защита голени). Также будет проведена предпоходная подготовка велосипедов, в ходе которой будут заменены все детали, выработавшие более 50% ресурса. Велорюкзак должен иметь П-образную или Л-образную форму.

Техническое оснащение группы. Все техническое оснащение подобрано таким образом, чтобы подвергалось простой регулировке в процессе эксплуатации. Более подробно список личного и общественного снаряжения представлен в приложении. Для велотура с категорией сложности обязательно должна быть предусмотрен аптечный набор - приложение

Все члены группы должны обладать необходимым для планируемой категории сложности туристским опытом и подготовкой. В велопоходах 2 категории сложности одна треть состава группы может иметь опыт участия в походах выходного дня и некатегорийных многодневных походах.

Кроме того каждый участник обязан соблюдать технику безопасности (рекомендуем ознакомиться заранее) и выполнять команды инструктора. В первый день активной части маршрута проводится инструктаж по технике безопасности под роспись в журнале инструктажа.

Перейдем к описанию маршрута:

Белгород – Стрелецкое – Кустовое – Серетино – Томаровка – Борисовка – Головчино – Грайворон.

Общий км – 322 км (161 км - в одну сторону, 161 км – обратно).

Основные препятствия маршрута: луговые, полевые, лесные, крупнощебеночные, грунтовые и песчаные дороги, а также броды в поймах рек. Разработанный тур нацелен на внедрение спортивно – оздоровительного туристического продукта. Данное мероприятие разработано с целью оздоровления, спортивного и личностного развития, и ориентировано на привитие патриотизма и навыков командной деятельности.

Тур рассчитан на группу из шести человек. Программа соответствует поставленным целям и несет большую информативность, каждый день программы очень насыщен по впечатлениям (табл. 3.2).

Программа тура

Дни пути	Участок пути	Протяжённость, км
1	Белгород – Стрелецкое	44
2	Стрелецкое – Кустовое Кустовое-Серетино	75
3	Серетино-Томаровка	42
4	Томаровка-Борисовка Борисовка – Головчино	78
5	Головчино-Грайворон	83

Остановки, инструктаж и карта маршрута представлены в приложениях.

Программа тура включает три программных курса: курс молодого бойца, курс выживания в экстремальных условиях, командные и интеллектуальные тренинги.

Сооружение лагеря на природе – достаточно непростое дело, требующее множества навыков. Человек на протяжении всей жизни очень тесно связан с природой, поэтому элементарные навыки выживания он должен знать. Статистика свидетельствует, что люди, оказавшиеся в силу разных обстоятельств (заблудились, авария транспортного средства и т. д.) один на один с дикой природой, могут в течение длительного времени сохранять силы и надёжно защищать себя от неблагоприятных природных факторов, если построят временное укрытие, хотя бы простейшее. Возвести такое укрытие необходимо и потому, что спасателям с воздуха значительно легче обнаружить лагерь или убежище с сигнальными знаками, чем одинокую человеческую фигуру или даже группу людей.

Место для лагеря должно отвечать нескольким требованиям, главное из которых – безопасность. Нельзя сооружать свой временный дом на речных отмелях, низменных берегах и островах, в руслах пересохших рек, на дне каньонов и узких ущелий.

Из-за проливных дождей уровень воды может подняться, и стоянку затопит. Не стоит размещать лагерь рядом со звериными тропами: дикие

животные могут принести немало неожиданных хлопот.

Рядом с укрытием не должно быть подрубленных, гнилых, дуплистых деревьев: их легко свалит ветер.

Таким образом, уроки выживания для туристов помогут сориентироваться в самых различных трудных ситуациях, в которых человек обычно теряется и паникует.

Второй раздел программы тура – курс выживания. Он включает:

- освоение навыков оказания первой медицинской помощи пострадавшим;
- правила поведения и действий при нападениях, стихийных бедствиях, чрезвычайных ситуациях.

Третий раздел программы – командные и интеллектуальные тренинги.

Командные игры на силу и выносливость очень полезны для туристов данного тура. Необходимо прививать им навыки командной деятельности, которые пригодятся им не только в экстремальной ситуации, но и в мирной жизни.

В результате реализации тура участники должны понимать, что команда как коллектив обладает высокой целеустремленностью, идентифицирует себя как целое, когда члены команды эмоционально реагируют на успехи и неудачи своих товарищей, высокой сплоченностью, которая проявляется в единстве мнений по наиболее важным аспектам жизнедеятельности команды.

Только в коллективе создаются необходимые условия для достижения высоких спортивных результатов.

Календарный график разработки тура и его информационно-методического обеспечения представлен в таблице 3.3.

Таблица 3.3

Календарный график разработки тура

Виды деятельности	Год	Сроки	Конкретные виды работ
Анализ маркетинговой среды, SWOT	2017	Август сентябрь	Исследование факторов макросреды, микросреды: потребителей, конкурентов.
Разработка тура	2017	октябрь- ноябрь	Формирование ключевых элементов тура. Разработка обучающих программ и тренингов, мероприятий, конкурсов, сценариев и т.д.
Калькуляция стоимости	2017	декабрь	Расчет себестоимости тура. Расчет стоимости турпутевки с учетом платежеспособности целевой аудитории.
Информационно-методическое обеспечение	2018	Январь	Разработка необходимой документации
Разработка рекламной концепции	2018	февраль	Разработка рекламной идеи. Изготовление макетов рекламных носителей. Печать необходимого тиража рекламных проспектов
Привлечение к сотрудничеству	2018	март – апрель	Рассылка рекламной продукции целевой аудитории, устные переговоры и приглашение к сотрудничеству.
Реализация тура	2018	май - сентябрь	Обкатка маршрута. Продажа разработанного тура. Регулярное продвижение.

Таким образом, период разработки нового тура до начала его реализации, включая весь перечень необходимых работ, - 9 месяцев (август 2017 – апрель 2018 г.)Итак, велотуризм как активный отдых подразумевает прохождение на велосипеде маршрутов, которые содержат общетуристические и специфические для велотуризма объекты экскурсионного характера.

Таким образом, стоит отметить, что участникам нашего велотура требуется пройти начальный уровень подготовки к велопоходу. Данный спортивный велотур относится к спортивным категорийным походам. Поход предусматривает намеренно прохождение в среднем темпе. Это позволит участникам похода не только крутить педали, но и по мере возможности общаться с местными жителями, знакомиться с достопримечательностями и местными условиями жизни.

3.2. Финансово-экономическое обоснование тура

По результатам составления программы тура осуществим расчет стоимости тура и составим его калькуляцию. Калькуляция тура представлена в таблице 3.4.

Таблица 3.4

Калькуляция тура

Калькуляционные статьи	Стоимость в рублях	
	на группу (6 человек)	на 1 человека
Прокат велосипеда	14400	2400
Аренда спального мешка, каремата, палатки, шлема	16800	2800
Страховка	1050	175
Питание	7200	1200
Услуги инструктора	3000	500
Дополнительные расходы	1200	200
Итого прямых затрат	43650	7275
Накладные расходы	4365	727,5
Полная себестоимость	48003	8000,5
НДС	7322,52	1220,42
Прибыль	4800,3	800,05
Продажная цена	60125,92	10020,97
Продажная цена с учётом налога с продаж	67353	11225,5

В статье прокат велосипеда прописана его аренда на 4 суток и 1 день (исходя из продолжительности тура). Аренда велосипеда на сутки – 500 рублей, на день – 400 рублей. Таким образом, расходы на прокат велосипеда составляют $500 \cdot 4 + 400 = 2400$ рублей на одного человека; $2400 \cdot 6 = 14400$ рублей для группы.

Аренда спального мешка, каремата, палатки, шлема, рюкзака на продолжительность тура составит 2800 рублей на человека, на группу – 16800 рублей:

- спальный мешок (6 шт.) – $600 \text{ рублей} \cdot 6 = 3600$ рублей
- палатка двухместная (3 шт.) – $1200 \text{ рублей} \cdot 6 = 7200$ рублей
- шлем (6 шт.) – $400 \text{ рублей} \cdot 6 = 2400$ рублей
- каремат (6шт.) – $360 \text{ рублей} \cdot 6 = 2160$ рублей

– рюкзак (6 шт.) – 240 рублей*6=1440 рублей

Страховка 35 рублей * 5 дней = 175 рублей на человека. На группу из 6 человек расходы составят 1050 рублей.

Расходы на питание составят 1200 рублей на одного человека, на группу 7200 рублей. Питание предусмотрено на дневных стоянках в кафе. В сооруженном лагере на природе туристы готовят самостоятельно.

В услуги инструктора входит сопровождение группы по маршруту, чтение инструктажей, проведение тренингов и игр. Стоимость составляет 500 рублей с человека, с группы – 3000 рублей.

В статью дополнительных расходов необходимо включить расходы на сувенирную продукцию. В программе тура предусмотрено время для проведения досуга с конкурсами для туристской группы. В качестве подарков предлагается вручать за участие блокноты и ручки с символикой Алтайского края (отталкиваясь от маршрута). Себестоимость производства данной продукции будет составлять около 10 рублей за ручку и 50 рублей за блокнот. Необходимо сделать так, чтобы каждый участник туристской группы получил такой подарок. Также по завершении тура предусмотрено вручение информационного компакт-диска, посвященного Алтайскому краю. Себестоимость изготовления такого компакт-диска составляет около 140 рублей. Таким образом, дополнительные расходы составляют $10+50+140=200$ рублей на одного человека, или $200*6=1200$ рублей на всю группу.

Таким образом, получаем прямых расходов 43650 рублей на всю группу или 7275 рублей на одного человека.

Средний уровень накладных расходов в турфирмах колеблется от 5% до 20%. Примем условно уровень накладных расходов равный 10%. Таким образом, накладные расходы составят 4365 рублей на всю группу или 727 рублей 50 копеек на одного человека.

Получаем полную себестоимость тура равную 48003 рублей на группу или 8000 рублей 50 копеек на одного человека.

НДС составляет 18%, таким образом, получаем, что НДС со всей

группы равен 7322 рублей 52 копейки, или же 1220 рублей 42 копейки с одного.

Прибыль учитывается в стоимости тура путем умножения рентабельности (нормы прибыли) на полную себестоимость. С учетом конкурентоспособности тура нормативная рентабельность составляет 10%. Следовательно, получаем прибыль равную 4800 рублей 30 копеек с группы или 800 рублей 5 копеек с одного человека.

В конечном результате получаем продажную цену тура, которая определяется путем сложения полной себестоимости, косвенных налогов и прибыли турфирмы. Она составляет 67353 рублей на группу или 11225 рублей 50 копеек на одного человека.

Рассчитаем прибыль от реализации предлагаемого тура.

Стоимость – 11225,5 рублей с 1 человека. «Грайворонский забег» предполагает отправление по маршруту группу участников в количестве 6 человек. Следовательно, стоимость одно тура составит: $6 \text{ чел.} * 11225,5 \text{ руб.} = 67353 \text{ руб.}$

За сезон планируемое количество туров – 24.

Соответственно выручка за сезон составит: $24 \text{ тура} * 67353 \text{ руб.} = 1616472 \text{ руб.}$

Себестоимость тура составляет 48003 рубля или 1152072 рубля за сезон.

Тогда валовая прибыль, рассчитываемая как разница между выручкой от реализации услуг и себестоимостью услуг, составит: $1616472 - 1152072 = 464400 \text{ руб.}$

Ставка налога на прибыль составляет 20% или 92880 руб.

Тогда чистая прибыль (разница между валовой прибылью и размером налога на прибыль) составит: $464400 - 92880 = 371520 \text{ рублей.}$

Рентабельность продаж, рассчитываемая как отношение чистой прибыли к выручке от реализации, составляет 23%.

Рентабельность деятельности, рассчитываемая как отношение чистой

прибыли к себестоимости услуг, равна 32% (табл. 3.5).

Таблица 3.5

Показатели экономической эффективности реализации тура

Наименование показателя	Величина показателя
Выручка от реализации услуг, тыс. руб.	1616,472
Себестоимость услуг, тыс. руб.	1152,072
Валовая прибыль, тыс. руб.	464,4
Налог на прибыль (20%)	92,88
Чистая прибыль, тыс. руб.	371,52
Рентабельность продаж, %	23
Рентабельность деятельности, %	32

Таким образом, все рассчитанные показатели экономической эффективности положительны, следовательно, данное мероприятие принесет предприятию прибыль и целесообразно к внедрению.

В Белгородской области хорошо развит водный спортивный туризм, велотуризм развит недостаточно, поэтому разработка данного тура в Грайворон особенно актуальна.

Стоит отметить, что участникам нашего велотура требуется пройти начальный уровень подготовки к велопоходу.

Поход проходит по территории Белгородской области.

Основная идея похода заключается в том, чтобы, начав поход из Белгорода и двигаясь на Юг, проехать по основным населенным пунктам Белгородской области и замкнуть кольцо похода, вернувшись в Белгород с юга.

Разработанный тур нацелен на внедрение спортивно – оздоровительно-туристического продукта. Данное мероприятие разработано с целью оздоровления, спортивного и личностного развития, и ориентировано на привитие патриотизма и навыков командной деятельности.

Заключение

В теоретической части выпускной квалификационной работы мы рассмотрели теоретические основы развития спортивного туризма. Для этого мы решили следующие задачи нашего исследования: раскрыли сущность и особенности организации спортивного туризма, проанализировали уровень развития спортивного туризма в России и за рубежом, рассмотрели технологические особенности спортивного туризма.

Спортивный туризм – это вид спорта по преодолению протяженного отрезка земной поверхности, называемым маршрутом. Сущность спортивного туризма заключается в том, что в данном виде туризма проявляется не просто активная двигательная деятельность, а сочетание физических и волевых качеств участника спортивного тура. Особенности спортивного туризма: наличие природно-рекреационных условий при организации спортивных туров; наличие масштабной материальной базы; наличие квалифицированных и опытных инструкторов по соответствующему виду спорта, мастеров и кандидатов в мастера спорта для работы с туристами; географичность; комплексность; классификация по сложности.

Развитием спортивного туризма в России занимается Туристско-спортивный союз России и его технический комитет - Федерация спортивного туризма России. На сегодняшний день, статистические данные свидетельствуют, что Россия существенно отстает от многих зарубежных стран по развитию спортивного туризма.

Раскрывая вторую главу работы, мы проанализировали потенциал для развития спортивного туризма в Белгородской области.

Для этого, подробно рассмотрели важные аспекты ресурсов нашего региона: рельеф и водные объекты. Составили таблицы их оценки для спортивного туризма, в результате которых было выявлено, что рельеф Белгородской области не позволяет развивать альпинизм, но зато можно развивать спелеотуризм, пеший, вело и авто туризм, а водные объекты позволяют развивать:

спортивную рыбалку, сплавы на катамаранах, рафтах, плотах, байдарках и надувных лодках.

Согласно проведенному анализу, схематически выполнили зонирование территории Белгородской области и выявили районы, располагающие значительными ресурсами для развития спортивного туризма.

В третьей части нами был разработан велотур «Грайворонский забег».

Разработанный тур нацелен на внедрение спортивно – оздоровительно-го туристического продукта.

Данное мероприятие разработано с целью оздоровления, спортивного и личностного развития, и ориентировано на привитие патриотизма и навыков командной деятельности.

Были разработаны: паспорт маршрута, программа тура, карта маршрута, календарный график разработки тура; составлены калькуляция тура и рассчитана экономическая эффективность реализации тура.

Расчет экономической эффективности реализации тура показал, что данное мероприятие принесет предприятию прибыль и целесообразно к внедрению.

На основе анализа перспектив развития спортивного туризма в Белгородской области был разработан спортивный тур– это значит, что цель работы достигнута. Задачи, определенные для достижения цели выполнены в полном объеме. Гипотеза исследования, в качестве которой выступало предположение о том, анализ основных теоретико-методологических подходов к особенностям организации спортивного туризма и анализа эмпирических данных позволило разработать экономически выгодный спортивный велотур в Белгородской области, который послужит показателем перспективы развития спортивного туризма в Белгородской области - подтверждена. Спортивный туризм - это перспективный сектор экономики с большим потенциалом для быстрого развития, так как Белгородская область обладает высоким ресурсным потенциалом, для развития данного туризма.

Список использованных источников

- 1.Алексеев А. Эльбрус и его отроги [Текст] / А. Алексеев, М.: Изд-во: «И.В. Балабанов», 2012. – 176 с.
- 2.Алексеев А.А. Питание в туристическом походе [Текст] / А.А. Алексеев. – М.: Изд-во: «И.В. Балабанов», 2013. – 96 с.
- 3.Алексеева О.В. Технология активных видов туризма[Текст]: учебно-метод. пособие / О.В. Алексеева. – Улан – Удэ: ВСГАКИ. 2014. – 68 с.
- 4.Артемова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/artemova.htm.
- 5.Бабкин А.В. Специальные виды туризма [Текст] / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 252 с.
- 6.Байковский Ю.В. Классификация и особенности горных неолимпийских видов спорта[Текст]: учебно-методическое пособие / серия: Научно-методическая литература по горным видам спорта // Ю.В. Байковский. – М.: Вертикаль, Астра-пресс, 2014.–253 с.
- 7.Байковский Ю.В. Основы спортивной тренировки в горных видах спорта[Текст]: учебно-методическое пособие / Ю.В. Байковский. – М.: Вертикаль, Анита-пресс, 2013. – 200 с.
- 8.Барчуков И.С. Методы научных исследований в туризме [Текст]/ И.С. Барчуков. – М.: Издательский центр «Академия», 2015. – 224 с.
- 9.Бгатов А.П. Безопасность в туризме[Текст]: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/ А.П. Бгатов. – М.: Форум, 2014. – 174 с.
- 10.Безопасность туризма[Текст]: учебник / А.Г. Бобкова, С.А. Кудреватых, Е.Л. Писаревский; под общ. ред. д-ра юрид. наук Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.
- 11.Белобров В.П. Почвогрунты и зеленые газоны спортивных и технических сооружений [Текст]/ В.П. Белобров. – М.: ГЕОС, 2015. – 178 с.
- 12.Берлянт А.М. Картография[Текст]: учебник /А.М. Берлянт. - 2 –е издание, исправленное и дополненное. – М.: КДУ, 2014. – 328 с.

13. Биржаков М.Б. Введение в туризм [Текст] / М.Б. Биржаков. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2015. – 192 с.
14. Бойко А.Е. Системный подход к пониманию туризма как вида экономической деятельности [Текст] / А.Е. Бойко // Известия ИГЭА. – 2014. – №3 (71). – С. 81-84.
15. Буйленко В.Ф. Туризм [Текст] / В.Ф. Буйленко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 416 с.
16. Винокуров М.А. Что такое туризм? [Текст] / М.А. Винокуров // Известия Иркутской Государственной Экономической Академии. – 2014. – №3. – С. 1-9.
17. Востоков И.Е. Основные концептуальные аспекты системы развития спортивного туризма в России [Текст] / И.Е. Востоков. – М.: – 2006. – 26 с.
18. Вяткин Л.А. Туризм и спортивное ориентирование: учебное пособие для вузов / Л.А. Вяткин, Е.В. Сидорчук. – 3-е изд., стер. – М.: Академия, 2014. – 208 с.
19. Грицак Ю.П. Организация самодеятельного туризма Учебное пособие для студентов специальности «Туризм» [Текст] / Ю.П. Грицак. – Харьков: Экограф, 2014. – 164 с.
20. Дитятев О.П. Основы техники спортивного туризма и спортивного ориентирования [Текст]: учебно-методическое пособие / О.П. Дитятев. – Барнаул: АлтГПУ, 2015. – 72 с.
21. Дмитриева Е.А. Рекомендации по разработке и оформлению туристских маршрутов / Е.А. Дмитриева. – Белгород, 2014. – 98 с.
22. Дурович А.П. Маркетинг в туризме Учебное пособие [Текст] / А.П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2013. – 496 с.
23. Дурович А.П. Организация туризма Учебное пособие [Текст] / А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др. – Минск: Новое знание, 2013. – 632 с.
24. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе [Текст] / М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2015. – 192 с.

- 25.Зализняк Е.А. Региональный туризм: основные признаки и условия развития [Текст] / Е.А. Зализняк //Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3, Экон. Экол. – 2014. – №2 (19). – С. 70-76.
- 26.Здоров А.Б. Экономика туризма Учебник [Текст] / А.Б. Здоров. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 272 с.
- 27.Зорин И.В. Туризм как вид деятельности [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/zorin12.htm.
- 28.Зорин И.В. Энциклопедия туризма. Справочник [Текст] / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 368 с.
- 29.Зырянов А.И. Равнинный туризм [Текст] / А.И. Зырянов, Н.А. Емельянова // Географический вестник. – 2013. – №4(23). – С. 1-4.
- 30.Известия Сочинского государственного университета. 2012. №4 (22).
- 31.Квартальнов В.А. Туризм [Текст] / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 320 с.
- 32.Константинов Ю.С. Теория и практика спортивно-оздоровительного туризма: учеб. пособие[Текст]/ Ю.С. Константинов. – М.: Советский спорт, 2014. – 392 с.
- 33.Королев А.Ю. Географические и тактические аспекты спортивного туризма [Текст] / А.Ю. Королев // Географический вестник. – 2013. – №2. – С. 1-9.
- 34.Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство [Электронный ресурс] / Режим доступа:http://tourlib.net/books_tourism/lojko.htm.
- 35.Наумова С.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие [Текст] / С.А. Наумова. – Томск: Издательство Томского политехнического университета, 2013. – 127с.
- 36.Осипов Б.А. Методика оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма [Текст] / Б.А. Осипов, В.В. Соколенко, Ю.Д. Шмидт // Вестник ТГЭУ. – 2011. – №3. – С. 3-11.
- 37.Папирян Г.А. Маркетинг в туризме[Текст] / Г.А. Папирян. — М.:

Международные экономические отношения, 2014. – 260 с.

38. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг [Текст] / Е.В. Песоцкая. – СПб.: Питер, 2013. – 290 с.

39. Природно-рекреационные и культурно-исторические ресурсы Горной Колывани [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Барнаул, 2014. – Режим доступа: <http://d9237251169.narod.ru/Page-2.html>.

40. Программа развития спортивного туризма в Российской Федерации на 2011-2018 гг.

41. Путрик Ю.С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции [Текст] / Ю.С. Путрик // Вестник ТГУ. – 2013. – №311. – С. 95-101.

42. Сергеева Г. Вход не воспрещён или секретности детского отдыха [Текст] / Г. Сергеева // Туризм. – 2014. – №3. – С. 24–26.

43. Сидорчук Р. Маркетинг в малом бизнесе [Текст] / Р. Сидорчук // Маркетинг. – 2013. – №5. – С. 80–86.

44. Сирополис Н. Управление малым бизнесом [Текст] / Н. Сирополис. – М.: Дело, 2014. – 433 с.

45. Славгород. Итоги столетия: Юбилейный статистический сборник. 1910 – 2014. – Барнаул, 2014. – 144 с.

46. Соколова М.В. История туризма. Учебное пособие [Текст] / М.В. Соколова. – М.: Мастерство, 2014. – 352 с.

47. Соловьёв Б.А. Маркетинг [Текст] / Б.А. Соловьёв. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 250 с.

48. Спортивный туризм [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Томск, 2005. – Режим доступа: http://fdpp-turizm.narod.ru/forms_likbez_sport.htm.

49. Сухов Р.И. Организация работы туристского агентства / Р.И. Сухов. – М.: Академия, 2015. – 160 с.

50. Третьякова Т.Н. Сервисная деятельность [Текст] / Т.Н. Третьякова. – М.: Академия, 2014. – 304 с.

- 51.Ушаков, Д.С. Технологии продаж в туристском бизнесе [Текст]/ Д.С. Ушаков. – Ростов н/Д.: Феникс, 2013. – 260 с.
- 52.Федько В.П. Маркетинг [Текст]/ В.П. Федько. – Ростов н/Д.: Феникс, 2015. – 256 с.
- 53.Черемисин П.А. Виды современного туризма[Текст] / П.А. Черемисин // География в школе. – 2013. – №6.– С. 29 – 35.
- 54.Черняховская Т.Н. Маркетинговая деятельность предприятия и практика [Текст]/ Т.Н. Черняховская. – М.: Высшее образование, 2014.– 743 с.
- 55.Чудесова, Н.Н. Маркетинговый подход к управлению коммерческой деятельностью фирмы [Текст]/ Н.Н. Чудесова. – Майкоп.: МГТИ, 2013. – 38 с.
- 56.Филипповский, Е.Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства [Текст] / Е.Е. Филипповский, Л.В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 176 с.
- 57.Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник [Текст] / А.Д. Чудновский. – М.: Юркнига, 2015. – 448 с.
- 58.Tourism Management: Analysis, Behaviour and Strategy/ Edited by A.G.Woodside, D.Martin: CABI, 2008. – 528 p.
- 59.The Association Market Worldwide ICCA, 2008. 248 p.
- 60.Goteborg &Co.Conventions, Tourism, Events, Trade &Industry.2003, 146 p.
- 61.Ninemeier J.D. Discovering Hospitality and Tourism: The World's Greatest Industry/ J.D.Ninemeier, J.Perdue: Pearson Education, 2008. – 680 p.

Приложения