

Отзыв

на выпускную квалификационную работу студентки IV курса института СГТ КГПУ им В. П. Астафьева Баулиной Е.А. по направлению 43.03.01 «Сервис», профиль «Социально-культурный сервис» на тему: «Состояние и направления развития въездного туризма в Красноярском крае (на примере ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»).

На основе изучения преимущественно отечественных источников в области исследования социально-культурного сервиса, а именно въездного туризма Е.А. Баулина в первой главе своей работы раскрывает общетеоретические аспекты развития въездного туризма, при этом представляет современное состояние и тенденции развития въездного туризма, его сущность и специфику, выделяя проблемы его развития в России.

Главное внимание автор вполне обосновано сосредоточивает на исследовании и анализе рынка въездного туризма в Красноярском крае с позиции развития туристско – рекреационного потенциала Красноярского края. Выделяет посредством SWOT-анализа факторы его развития, и вскрывая имеющиеся проблемы, сдерживающие дальнейшее позитивное развитие въездного туризма.

Своеобразным итогом значительной аналитической работы явилась, представленная в 3-й главе, разработка автором проекта мероприятий, направленных на развитие въездного туризма для ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ», где не только дано содержание предлагаемых мероприятий, но и на основе расчетов спрогнозирована их эффективность.

Представленная Е.А. Баулиной работа свидетельствует о сформированности у автора довольно широкого спектра профессиональных компетенций в области организационно-исследовательской деятельности и в производственно-технологической, сервисной деятельности, включая

готовность контроль качества процессов сервиса, готовность к организации контактной зоны предприятий сервиса, готовность к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности, готовность к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов качества предоставляемых услуг, связанных с особенностями имеющегося потенциала и материально-технической базы.

В качестве замечания следует отметить, что в представленный проект можно было бы включить все разработанные Баулиной Е.А. турпродукты, которые реализуются в настоящее время в ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ» и содействуют развитию въездного туризма в Красноярском крае.

В целом работа Баулиной Е.А. в части содержания и оформления соответствует требованиям, предъявляемым к ВКР бакалавриата по направлению 43.03.01 «Сервис», профиль «Социально-культурный сервис», заслуживает положительной оценки и рекомендуется к защите.

Научный руководитель, доцент,
кандидат педагогических наук

 Т. П. Грасс

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.П.
АСТАФЬЕВА
(КГПУ им В. П. Астафьева)

Институт социально-гуманитарных технологий
Кафедра экономики и управления

Баулина Екатерина Андреевна
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В
КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»)

Направление подготовки 43.03.01 «Сервис»
Профиль «Социально-культурный сервис»

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой Фалалеев Фалалеев А. Н.
Профессор, доктор экономических наук

« 13 » июня 2016 г.

Руководитель Грасс Грасс Т.П..
Доцент, кандидат педагогических наук

Дата защиты 29 июня 2016

Обучающийся Е. Баулина Баулина Е.А.

Оценка оцб-сезмо

Красноярск
2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1.ТЕОРЕТИЧЕСКИЕАСПЕКТЫВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ.....	8
1.1. Современное состояние и тенденции развития въездного туризма в Российской Федерации.....	8
1.2. Въездной туризм: сущность понятия, виды, функции.....	15
1.3. Проблемы развития въездного туризма в России и пути их решения.....	19
2. ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ.....	33
2.1. Современное состояние въездного туризма в Красноярском крае.....	33
2.2.Характеристика ресурсов для оценки туристско-рекреационного потенциала Красноярского края.....	36
2.3. Факторы, тормозящие развитие въездного туризма на территории Красноярского края.....	46
3.ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ».....	51
3.1. Общая характеристика туристской фирмы ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ».....	51
3.2. Разработка тура для туристов из Китая.....	56
3.3. Экономическая эффективность проекта	Ошибка! Залка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	66
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	69

ВВЕДЕНИЕ

В условиях существующих экономических санкций и кризиса в России туризм является одним из немногих устойчиво развивающихся видов отечественного бизнеса. Этому способствовала и разработанная Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)». Интерес предпринимателей к туризму объясняется рядом факторов. Во-первых, для того, чтобы начать заниматься туристским бизнесом не требуется больших инвестиций. Во-вторых, на туристском рынке вполне успешно взаимодействуют крупные, средние и малые (с небольшим количеством персонала) фирмы. При этом туристский бизнес позволяет быстро оборачивать капитал, а также (в сфере въездного туризма) извлекать известные выгоды за счет валютных операций.

Туристический бизнес стимулирует и интегрирует развитие других сфер экономики: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т. д.

В настоящее время рынок российского туризма развивается крайне неравномерно. Объём выездного туризма преобладает над объёмами въездного и внутреннего туризма. Несмотря на приоритет развития внутреннего, въездного и социального туризма, в стране наиболее активно функционирует всё-таки рынок выездного туризма. Это значит, что преобладает не только выезд туристов над въездом, но и вывоз за рубеж денег (валюты) над их поступлением в национальную экономику страны.

Туристско-рекреационный потенциал России очень велик. Богатейшая культура, история и природа России - основа роста популярности туров по нашей стране. Располагая огромным туристским потенциалом, Россия занимает весьма скромное место на туристском рынке, централизованного планирования, страна, по-прежнему нуждается в эффективной стратегии развития туризма.

Тема актуальна потому, что туризм играет не последнюю роль в экономике страны. Эта отрасль экономики развивается быстрыми темпами и в ближайшие годы станет наиболее важным ее сектором. Также въездной туризм оказывает мощное воздействие на занятость населения, является активным источником поступлений иностранной валюты и оказывает воздействие на платежный баланс страны. В свою очередь, на развитие туризма воздействуют различные факторы: демографические, природно-географические, социально-экономические, исторические, религиозные и политико-правовые. На развитие туризма оказывают влияние научно-технический прогресс, повышение качества жизни населения, увеличение продолжительности свободного времени, отпусков, экономическая и политическая стабильность и ряд других факторов.

Однако рост туризма вызывает некоторые негативные последствия, например, инфляцию, разрушение окружающей среды и нарушение традиций местного населения. Следовательно, своевременная и всесторонняя оценка последствий международного туризма является очень важным фактором для составления такой экономической и туристской политики, которая позволяла бы извлекать максимальную выгоду и предупреждать разрушительное воздействие туризма.

Актуальность темы данной выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что въездной туризм, ориентированный на прием иностранных гостей, приносит максимальные прибыли в бюджет государства и регионов. Так общемировой показатель поступлений от въездного туризма вырос на 4% в 2012 г. и составил 1075 трлн дол. США[14]. Поэтому необходимо рассмотреть специфику въездного туризма и его теоретические основы, оценить возможности для развития туризма в России на международном туристском рынке, который способен вывести из экономического кризиса многие депрессивные регионы страны и послужить развитию российской экономики в целом. Таким образом, актуальность

избранной темы выпускной квалификационной работы не вызывает сомнений.

Несмотря на усилившийся в последнее время интерес к туризму в России, до сих пор практически не проводились масштабные аналитические работы, в которых бы отражались перспективы развития въездного туризма в регионах России, Красноярского края, рассматривались бы основные существующие проблемы и предлагались пути их решения. Это определяет практическую значимость работы.

Выпускная квалификационная работа написана на основе прохождения практики в турфирме ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ». Основным предложением компании на существующем рынке туристских услуг является въездной и внутренний туризм. В работе был проведен анализ деятельности турфирмы, разработаны мероприятия по совершенствованию въездного туризма.

Объект исследования: въездной туризм

Предмет исследования: факторы и условия развития въездного туризма в Красноярском крае

Цель выпускной квалификационной работы состоит в выявлении факторов и разработке направлений по развитию въездного туризма на территории Красноярского края.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить современное состояние и выявить тенденции развития въездного туризма;
- раскрыть сущность понятия въездной туризм и его функции;
- выявить проблемы развития въездного туризма и пути их решения;
- провести оценку туристско - рекреационного потенциала Красноярского края;
- выявить факторы, тормозящие развитие рынка въездного туризма на территории Красноярского края;

- разработать направления по развитию въездного туризма для ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»;
- провести оценку экономической эффективности данных направлений.

В данной выпускной квалификационной работе выделяются такие структурные элементы, как: содержание, введение, основная часть, состоящая из трех логически выстроенных глав, заключение, список использованных источников и приложения.

При решении поставленных задач применялись следующие методы: метод системного и комплексного подхода, метод сравнительных оценок, аналитический, статистический, графический, мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий.

Первая глава посвящена изучению характеристик въездного туризма, его состоянию на сегодняшний день и тенденциям развития. Во второй главе проводится оценка туристско - рекреационного потенциала Красноярского края и даны факторы, тормозящие развитие рынка въездного туризма на его территории. В третьей главе рассматривается анализ деятельности туристической фирмы ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ», разрабатывается программа нового маршрута для иностранных туристов «Байкальские приключения» для турфирмы ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ» и приводится экономическое обоснование создания этого маршрута.

Заключение содержит выводы по всей работе.

Теоретической базой исследования являются литературные источники, посвященные изучению въездного туризма, публикации в специализированных СМИ, посвященные вопросам развития международного туризма и его перспективам, а также интернет-источники и актуальные аналитические материалы известных авторов в сфере въездного туризма: Александровой А.Ю., Кармановой Т.Е., Рыжковой О.В., Тарасовой М.В. Тёмного Ю.В., Фёдоровой Е.А.

Практическая значимость работы определяется конкретными рекомендациями, предложениями, проектом разработанными для объекта исследования.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

1.1. Современное состояние и тенденции развития въездного туризма в Российской Федерации

На российском рынке, по данным Росстата, на сегодняшний день работает 10773 туристских фирмы, из которых 4685 компаний состоят в едином федеральном реестре туроператоров. Большинство туроператоров (59 процентов) ведут свою деятельность в сегменте международного выездного туризма, 40 процентов - на внутреннем рынке, а немногим более 12 процентов - на международном въездном направлении.

Таблица 1.

Поездки иностранных граждан в Россию по целям [35]

	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
Количество поездок иностранных граждан в Россию, всего	21 169	22 176	22 272	28 176	30 792
Количество поездок с целью туризма	2 598	2 385	2 134	2 570	2 665
Доля поездок с целью туризма в общем потоке	12,3%	10,8%	9,6%	9,1%	8,7%

Среди стран дальнего зарубежья лидерами по поездкам в Россию с целью туризма в 2015 г. стали следующие страны: Германия (380 тыс.), Китай (373 тыс.), США (197 тыс.), Великобритания (158 тыс.), Турция (123 тыс.), Италия (118 тыс.), Франция (97 тыс.), Финляндия (94 тыс.), Израиль (92 тыс.), Испания (70 тыс.). Средний показатель прироста въездного потока из дальнего зарубежья в 2015 г. относительно 2014 г. составил 6%. Значительный прирост среди лидеров въездного рынка показали США, Великобритания и Турция (10%, 16% и 22% соответственно). Из европейских стран положительную динамику также показывают Австрия, Литва,

Болгария, Румыния, Венгрия. К странам, заметно снизившим количество поездок в Россию, относятся Финляндия (-22%), Латвия (-12%), Швеция (-25%) и Норвегия (-24%). Спад показателей Финляндии и Швеции, предположительно, связан со сложностями во взаимодействии с российскими визовыми центрами. Дания сократило количество въездов из-за экономических проблем внутри страны и из-за отсутствия рекламы России как направления отдыха[35]. Подробная информация о въезде иностранных граждан на территорию РФ за 9 месяцев 2015г. представлена в Приложении А.

Отмена виз для туристов из Таиланда и Турции дала положительные результаты. Если раньше граждане Турции ехали в Россию в основном в составе корпоративных групп, то сейчас растет количество индивидуальных поездок на выходные дни в гг. Москву, Санкт-Петербург и Казань на различные культурные события. Такой въездной поток отличается низкой сезонной дифференциацией показателей, то есть гости приезжают в течение всего года, что важно для равномерной загрузки предприятий туристской инфраструктуры.

Также прирост туристского потока можно отнести к заслугам активного и грамотного продвижения России как туристского направления на международных рынках, в том числе на крупнейших мировых выставках. Принимающие российские туроператоры тем не менее испытывают значительные проблемы с обслуживанием иностранных туристов. Наиболее часто можно встретить сетование на высокие внутренние цены. Для многих европейцев Россия сегодня является слишком дорогим направлением, а туристов из развивающихся стран и стран Тихоокеанского региона такие цены не останавливают. Этому способствует также высокая степень расслоения населения этих стран по уровню доходов. Туристы, желающие посмотреть Европу, а также по пути посетить Россию или страны Балтии, готовы платить за туристские услуги.

Во многом высокая стоимость путешествия по России связана с дороговизной и состоянием транспортного обслуживания. При этом стоимость проезда железнодорожным транспортом приравнивается или даже превосходит стоимость перелета на внутренних авиалиниях.

Еще одной проблемой въездного туризма является недостаточно комфортная туристская информационная среда, это касается знаков туристской навигации, недостатка и разрозненности информационных ресурсов о туристских программах регионов России, неудобного графика работы многих объектов туристского показа (наличие санитарных дней, короткий рабочий день, несоответствие преобладающему ритму прибытия иностранных граждан с туристскими целями по дням недели), невозможности предварительного бронирования и покупки билетов в музеи через сеть "Интернет".

Третьей часто упоминаемой проблемой на пути роста въездного туристского потока является недостаток количества доступных гостиниц и аналогичных средств размещения.

Стимулирование развития туристской инфраструктуры на региональном уровне осуществляется в рамках федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)", утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 г. N 644 "О федеральной целевой программе "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)".

Целью программы является повышение конкурентоспособности российского туристского рынка, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

Достижение цели программы будет обеспечиваться решением следующих основных задач:

- "Развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации";

- "Повышение качества туристских услуг

- "Продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках".

Реализация программы позволит к концу 2018 года значительно повысить конкурентоспособность российского туристского рынка, а также удовлетворить потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

В результате выполнения мероприятий программы туристско-рекреационный комплекс Российской Федерации получит существенное развитие, повысится качество туристских услуг, а также будет решена задача продвижения туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем рынках.

Совокупный эффект от реализации мероприятий Программы можно рассматривать как сочетание имиджевого, экономического, социального и экологического эффектов, которые представлены в Приложении В.

Целевые индикаторы программы отражают экономическое значение реализации программы, представляя количественное выражение качественных изменений в туристской отрасли, характеризующихся увеличением внутреннего и въездного туристских потоков за счет:

- создания новых туристских маршрутов и брендов, а также формирования современных востребованных туристских продуктов и расширения перечня туристских услуг;

- обеспечения доступности отдыха и рекреации для широких слоев населения и привлекательности путешествий по Российской Федерации для иностранных граждан;

- рекламных мероприятий некоммерческой направленности по продвижению туристских продуктов и курортно-рекреационных возможностей Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках.

Оценка результативности Программы производится путем сравнения значений показателей в год окончания реализации Программы с их целевыми значениями. При этом результативность каждого мероприятия Программы оценивается исходя из соответствия его ожидаемых результатов поставленной цели и степени приближения к этой цели[15].

Если касаться географии въездного туризма, то бесспорными лидерами остаются традиционные туристские центры, такие, как гг. Москва, Санкт-Петербург, Казань и города Золотого кольца. Также иностранных туристов интересуют природные достопримечательности Байкала, Сибири и Дальнего Востока, однако и в этом регионе негативное влияние оказывают высокие транспортные тарифы и длительность всей туристской программы, которая также приводит к удорожанию тура.

Кроме того, необходимо отметить положительное влияние на развитие туризма в Российской Федерации таких крупных спортивных мероприятий, как XXII Олимпийские зимние игры и XI Паралимпийские зимние игры 2014 года в г. Сочи, XXVII Всемирная летняя универсиада 2013 года в г. Казани. России предстоит провести не менее значимые мероприятия - Кубок конфедераций FIFA 2017 года, чемпионат мира по футболу FIFA 2018 года и XXIX Всемирную зимнюю универсиаду 2019 года в г. Красноярске. Событийный туризм позволяет не только укрепить имидж страны на международной арене как открытого и гостеприимного государства, но и создает импульс для развития туристской инфраструктуры, которая будет служить многие годы, привлекая новые туристские потоки в регион.

По состоянию на конец 2012 года в России насчитывается 1250 санаториев и пансионатов с лечением общей вместимостью 342 тыс. койко-мест. Число гостиниц и аналогичных средств размещения в стране в 2012 году выросло на 10,8 процента и составило 9316 единиц общей вместимостью 617,8 тыс. мест. Протяженность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием увеличилась с 728 тыс. км в 2011 году до 928 тыс. км в 2012 году.оборот предприятий общественного питания

ежегодно растет примерно на 6 процентов, в 2012 году он достиг 1019,3 млрд. рублей.

Положительную динамику показывают все учреждения культуры. Всего в Российской Федерации насчитывается 2631 музей, в том числе 108 музеев-заповедников (по состоянию на 2011 год)[35]. Число посещений музеев, резко снизившееся в 2009 году, ежегодно увеличивается умеренными темпами примерно на 4 процента в год. Необходимо отметить, что темпы роста и абсолютные показатели индивидуальных посещений музеев превышают показатели числа туристов из экскурсионных групп. Это говорит о том, что музеям во многом следует ориентироваться на индивидуальных посетителей, развивая интерактивный компонент экспозиции. С другой стороны, это показывает имеющийся потенциал роста экскурсионного обслуживания.

К факторам, тормозящим развитие въездного туризма в Российской Федерации, можно отнести следующие проблемы:

- недостаточно развитая туристская инфраструктура в большинстве регионов страны;
- малое количество средств коллективного размещения экономичной и средней ценовой категории с современным уровнем комфорта;
- неразвитость транспортной инфраструктуры (низкое качество дорог и уровень придорожного обслуживания, неудовлетворительное состояние аэропортов и железнодорожных вокзалов и т.д.);
- низкое качество автомобильных дорог, паромного хозяйства и других объектов транспортной инфраструктуры;
- дефицит и высокая степень износа транспортных средств, используемых для перевозки туристов (современных туристских автобусов, круизных судов, самолетов и других транспортных средств);
- плохое экологическое состояние и засоренность прибрежных зон водоемов и природных территорий в местах активного развития туризма
- недостаточная предпринимательская активность населения в сфере туризма;

- негативный опыт серии банкротств крупных туроператоров и высокие потребительские риски;
- высокая стоимость отечественного туристского продукта, в первую очередь транспортного обслуживания, существенно снижающая конкурентоспособность въездного туризма;
- высокая сезонная цикличность спроса на большинство туристских программ, большая продолжительность "низкого сезона" в регионах традиционного пляжного туризма, высокие средние постоянные издержки туристских предприятий;
- недостаточный уровень практических навыков у выпускников программ профессиональной подготовки в сфере туризма;
- традиционность подходов к формированию туристских программ, низкое разнообразие ассортимента туров по Российской Федерации, способных удовлетворить динамичный и взыскательный спрос современного потребителя;
- недостаточное продвижение туристского продукта Российской Федерации;
- низкая осведомленность россиян о туристских возможностях регионов Российской Федерации, разрозненность информационных ресурсов в сфере туризма и отсутствие единой системы информационной поддержки внутреннего и въездного туризма;
- негативный имидж отечественного туристского продукта, низкая заинтересованность россиян в приобретении туров по Российской Федерации;

Туризм сегодня должен стать локомотивом развития регионов, связующим звеном между коммерческими интересами различных сфер бизнеса, приоритетами государственной политики и культурными потребностями общества. Единство целей и задач развития страны позволит успешно реализовывать программно-целевые инструменты для роста культурного уровня, духовного потенциала и благосостояния страны и каждого ее гражданина[17].

Таким образом, целью развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года является комплексное развитие внутреннего и въездного туризма с учетом обеспечения экономического и социокультурного прогресса в регионах Российской Федерации.

1.2. Въездной туризм: сущность понятия, виды, функции

Туризм – это временные выезды (путешествия) граждан по Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства из мест постоянного проживания в оздоровительных, познавательных, профессионально – деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране временного пребывания.

Въездной туризм – это путешествия в пределах Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации.

Турист – гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально – деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельности в период от 24 ч. До 6 мес. Подряд или осуществляющий не менее одной ночевки[26].

Рассмотрим виды туризма в России, которые в настоящее время существенно изменились. Спортивный туризм: вид туризма, в основе которого лежит прохождение туристских маршрутов и дистанций, включающих преодоление категорированных по сложности препятствий (перевалов, траверсов, вершин, порогов, каньонов, пещер и пр.), проложенных в природной среде или на искусственном рельефе.

Примечание - Спортивный туризм включает туристско-спортивные соревнования (маршруты и дистанции) и туристские спортивные походы.

- пешеходный туризм: путешествия, походы и экскурсии, включающие прохождение пешком туристских маршрутов, предусматривающих, в том

числе преодоление природных препятствий (переправы, горные участки и др.).

- треккинг: пешеходный туризм с предоставлением услуг временного проживания.

- лыжный туризм: путешествия, походы и экскурсии, включающие прохождение на лыжах туристских маршрутов, в том числе с преодолением природных препятствий (перевалов, вершин и их траверсов и др.).

- горный туризм: путешествия, походы, включающие прохождение пешком горных маршрутов по средне- и высокогорной местностям с преодолением горных перевалов, вершин и траверсов вершин, ледников и пр.

- водный туризм: путешествия, походы и экскурсии, включающие прохождение водных маршрутов со сплавом по равнинным и горным рекам, с преодолением препятствий (перекатов, порогов, каскадов порогов, каньонов, ущелий) на различных средствах сплава (катамаранах, плотах, надувных лодках (рафтах, байдарках, каяках и др.).

- сплав: путешествие с проходом участков рек и водных препятствий на маломерных судах и средствах сплава [катамаранах, плотах, надувных лодках (рафтах), байдарках, каяках и др.].

- рафтинг: сплав на надувных лодках (рафтах).

- каякинг: сплав на каяках.

- автотуризм и велосипедный туризм: путешествия, походы и экскурсии, включающие прохождение маршрутов по равнинной и горной местностям на соответствующих средствах передвижения - велосипедах, автомобилях, мотоциклах, снегоходах и др.

- маунтинбайкинг: путешествие и/или спортивный спуск в горной местности на велосипедах.

- парусный туризм: путешествия, походы и экскурсии, включающие прохождение водных маршрутов по рекам и открытым акваториям на маломерных и разборных парусных судах.

- спелеотуризм (спелеологический туризм): путешествия, походы и экскурсии по естественным пещерам с познавательной и/или спортивной целью.
- спелестология: путешествия и экскурсии по подземным структурам искусственного происхождения
- конный туризм: путешествия, походы и экскурсии, включающие прохождение маршрутов по равнинной и горной местностям на лошадях.
- караванинг: путешествия, походы и экскурсии на верблюдах, лошадях, собачьих упряжках и т.п.

Примечание - Путешествия на автомобилях с буксированием автоприцепа-каравана (жилого дома на колесах).

- комбинированный туризм: путешествия, включающие прохождение туристских маршрутов по участкам, характерным для нескольких видов активного туризма.
- самостоятельный туризм (неорганизованный): путешествия и походы, в том числе с активными видами передвижения, организуемые туристами самостоятельно своими силами и средствами, без привлечения организаций или индивидуальных предпринимателей, оказывающих туристские услуги.
- альпинизм: вид активного туризма, целью которого является восхождение на вершины гор и спуск с них.

Примечание - Альпинизм включает скалолазание и ледолазание.

- скалолазание/ледолазание: вид альпинизма с преодолением скальных и ледовых стен.
- сноубординг: вид активного отдыха и развлечений, заключающийся в спуске с заснеженных склонов и гор на сноуборде.
- серфинг: вид активного отдыха и развлечений на воде, заключающийся в катании на серфинге.
- виндсерфинг: вид активного отдыха и развлечений, заключающийся в катании на серфинге с установленным на нем парусом.

- вейкбординг: вид активного (экстремального) отдыха и развлечений, сочетающий элементы сноубординга и серфинга.

- айтсерфинг (кайтбординг): вид активного отдыха и развлечений на воде, заключающийся в катании на серфинге, управляемом воздушным змеем.

Примечание - Катание на специальной доске или доске для виндсерфинга с воздушным змеем.

- дайвинг: подводное плавание со специальным снаряжением или без него.

Примечание - Погружение под воду с аквалангом или без него[30].

Путешествия с активными способами передвижения/активные туры в зависимости от целей путешествия подразделяют в соответствии с ГОСТ Р 53522 - 2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения на следующие разновидности»:

- оздоровительный тур;

- познавательный тур;

- спортивный тур;

- прочие туры (экспедиционные, событийные, экологические, сельские, экстремальные, приключенческие и т.д.)[28].

В соответствие с обзором действующих нормативно-правовых актов в направлениях развития въездного туризма в Российской Федерации отметим, что открыт широкий спектр возможностей для создания новых направлений, привлекательных для туристов как из Европы, так из Азии.

К функциям въездного туризма относятся следующие:

-социальная функция (улучшение уровня и качества жизни населения);

- экономическая функция (увеличение прибыли и обеспечение занятости населения страны);

-интернациональная функция (общественное объединение людей);

-оздоровительная функция (восстановление сил, здоровья населения страны);

-развивающая функция (развитие творческого потенциала человека);

-социально-статусная функция (повышение статуса человека).

Также существуют ещё и факторы, влияющие на развитие въездного туризма:

- политико - правовые (принятие государством законодательных и нормативных актов, финансово-экономических мер в отношении развития туризма);
- культурно-исторические (культурное наследие, исторические ценности);
- социальные (оплачиваемый отпуск);
- природно - географические (уникальные природные особенности и благоприятные климатические условия страны,);
- экономические (финансирование всех отраслей);
- экологические (чистота окружающей среды);
- демографические (возрастная и социальная структура общества);
- технологические (прогресс в области технологий и техники)

1.3. Проблемы развития въездного туризма в России и пути их решения

Итак, мы выяснили, что значение въездного туризма в России постоянно растёт. Это связано с тем, что он оказывает серьёзное влияние на экономику нашей страны: создаёт отрасли, обслуживающие данную сферу, является значимым источником дохода и занятости и т.д. Помимо этого въездной туризм является существенным фактором реализации внешней политики государства.

Для успешного развития въездного туризма в нашей стране необходима адекватная туристская индустрия с хорошо развитой материально-технической базой. Иными словами, это средства производства туристских услуг и необходимая для них производственная инфраструктура, а также, безусловно, специально подготовленные профессиональные кадры и прогрессивные технологии, которые обеспечивают высокое качество обслуживания туристов, соответствующее мировым стандартам.

Современная материально-техническая база туризма в наши дни охватывает:

- средства размещения;
- предприятия общественного питания;
- средства пассажирских перевозок;
- культурно-зрелищные предприятия и учреждения;
- сувенирное производство;
- информационно-справочная служба;
- предприятия и объекты туристской производственной инфраструктуры

По своему составу, мощности, количеству и качеству отдельных элементов материально-техническая база туризма в регионе должна соответствовать потребностям туристов. Без такого соответствия резко снижаются уровень и качество обслуживания, что, в свою очередь, вызывает уменьшение объема выручки от реализации туристского продукта.

К большому сожалению, ситуация у нас в стране складывается таким образом, что мы теряем огромные денежные средства, которые мог бы принести въездной туризм, из-за несоответствия нашего сервиса мировым стандартам. Во многих странах, например, Западной Европы, въездной туризм является высокодоходной отраслью, обеспечивающий странам огромный приток валюты. В ситуации отрицательного баланса, т.е. превышения выездного туризма над въездным, складывающегося в России с начала 90х годов прошлого века, государство вынуждено покрывать эту разницу за счет других высокодоходных отраслей, таких как, например, нефтедобывающая промышленность. Но, как известно, ничто не вечно, запасы нефти и газа скоро иссякнут, причем произойти это может, учитывая темпы добычи наших полезных ископаемых, уже в этом столетии. А вот путешествовать люди будут стремиться всегда. На мой взгляд, очень грамотно в этом отношении поступают арабские страны, которые уже давно учли эту «маленькую» особенность полезных ископаемых, и вкладывают огромные денежные средства в развитие в своих странах туризма, преимущественно рекреационного. Причем делают это они весьма прогрессивно, если вспомнить, хотя бы, их шикарные отели, которым скупо

будет присвоить даже «шесть звезд», или искусственно созданные «Пальмовые острова» в Дубаи.

Для того, чтобы в полной мере представить себе картину современного состояния въездного туризма в нашей стране, рассмотрим характеристику каждого объекта материально-технической базы.

Средства размещения (индивидуальные, коллективные). К коллективным средствам размещения относят: гостиницы, апартаменты, сьюит-отели, мотели, молодежные гостиницы (хостелы), курортные отели, кемпинги, базы отдыха, туристические базы, рекреационные центры (центры отдыха), туристские деревни (деревни отдыха), детские оздоровительные лагеря.

Гостиницы - предприятия, предоставляющие услуги размещения и в большинстве случаев услуги питания, имеющие службу приема, а также оборудование для оказания дополнительных услуг.

Апартаменты - гостиницы, номерной фонд которых состоит из номеров категории студия и/или апартамент.

Сьюит-отели - гостиницы, номерной фонд которых состоит из номеров высшей категории: сьюит, апартамент, люкс, джуниор сьюит, студия.

Мотели - гостиницы с автостоянками, предоставляющие услуги для размещения автомобилистов.

Молодежные гостиницы (хостелы) - предприятия, предоставляющие услуги размещения и питания, управление которыми осуществляется некоммерческой организацией; проживание - в многоместных номерах, питание - с ограниченным выбором блюд и/или наличие оборудования для самостоятельного приготовления пищи; предоставление дополнительных услуг, включая развлекательные и образовательные программы, в основном для молодежи.

Курортные отели - средства размещения, расположенные на курорте и оказывающие на собственной базе в качестве дополнительных услуги оздоровительного характера с использованием природных факторов

(например, морской или минеральной воды), в том числе для предоставления процедур на их основе.

Кемпинги - ограниченные территории с санитарными объектами, на которых располагаются шале, бунгало, палатки, стационарные фургоны, а также оборудованные площадки для размещения палаток. В кемпингах к услугам проживающих могут быть предоставлены рестораны, магазины, спортивные и развлекательные сооружения, однако вышеперечисленные услуги не являются обязательными.

Базы отдыха (туристические базы), рекреационные центры (центры отдыха), туристские деревни (деревни отдыха) - предприятия, предлагающие в основном размещение в шале, бунгало или в стационарных фургонах, а также возможности и соответствующее оборудование для занятий спортом и развлечений, рестораны и магазины.

Детские оздоровительные лагеря - предприятия, предоставляющие услуги размещения для детей, приезжающих для отдыха и оздоровления.

К индивидуальным средствам размещения относят: гостевые комнаты, шале, бунгало, стационарные фургоны.

Гостевые комнаты - комнаты в частных домах, в которых предоставляются услуги размещения, в большинстве случаев с завтраком.

Шале, бунгало - отдельные стоящие домики с кухонным оборудованием.

Стационарные фургоны - жилые дома-автоприцепы со спальным/спальными местом/местами и кухонным оборудованием, стационарно установленные в определенном месте; дома-фургоны можно передвигать; обычно, находясь на территории кемпинга, они предназначены для сдачи в аренду на сезон отпусков, либо для продажи в собственность в качестве вторичного жилья (дачи)[22].

Большинство гостиничных предприятий сконцентрировано в Москве и Санкт-Петербурге (25% всех гостиничных мест в России), в то время как другие туристские регионы испытывают серьезный недостаток со средствами размещения при приеме туристов. Кроме того, значительная часть

предприятий гостиничной индустрии эксплуатируется с советских времен и не может похвастаться техническим оснащением и планировкой, отвечающей современным стандартам. Многие гостиницы, особенно, на периферии еще не овладели в достаточной мере методами и приемами качественного обслуживания клиентов, поэтому проблемы гостиничного сервиса тесно сопряжены с квалификационной подготовкой обслуживающего персонала.

Предприятия общественного питания. Предприятие общественного питания- Предприятие, предназначенное для производства, реализации и (или) организации потребления продукции общественного питания, включая кулинарную продукцию, мучные кондитерские и булочные изделия. Настоящий стандарт устанавливает классификацию предприятий общественного питания по следующим типам: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, кофейня[21].См. ПриложениеБ.

Средства пассажирских перевозок. Услуги по перевозке туристов транспортом различных видов включают в себя:

- Перевозки авиационным транспортом, в том числе вертолетным;
- Перевозки пассажирским железнодорожным транспортом;
- Перевозки пассажирским автомобильным транспортом (автобусами, автомобилями, квадрациклами и др.);
- Перевозки водным транспортом (морскими пассажирскими судами, речными пассажирскими судами, в том числе маломерными судами);
- Перевозки санным транспортом с использованием технических средств;
- Перевозки транспортом других видов[24].

Наибольшее число иностранных туристов прибывает к нам посредством автомобильного транспорта (41,1%), железнодорожного (34%), авиационного (15,5%), морского (4,1%), пешком (5,3%). Широкая транспортная сеть на территории РФ позволяет создавать различные варианты маршрутов для путешествий иностранных туристов. Большое количество терминалов в

различных регионах страны помогают разгрузить Москву и Санкт-Петербург от чрезмерного потока туристов. Для российских транспортных компаний международные перевозки туристов являются привлекательным бизнесом, поэтому они постоянно с переменным успехом ведут конкурентную борьбу с иностранными пассажирскими перевозчиками. Например, российские авиакомпании долгое время имели преимуществ в тарифной политике, предлагая более низкие цены на международных линиях. Но в последние годы они были вынуждены повысить тарифы в связи с ростом цен на топливо, почти сровняв цены со своими конкурентами. Кроме того, в последнее время в европейских странах стали появляться и успешно работать, так называемые, малозатратные авиакомпании, которые составляют достаточно сильную конкуренцию для наших компаний. Все это говорит о необходимости проведения со стороны российских авиационных компаний постоянной и жесткой конкурентной борьбы за иностранных пассажиров. Соответствующая конкурентная борьба должна проводиться и российскими автобусными предприятиями. К сожалению, из-за отсутствия современного автобусного парка российские предприятия потеряли не только рынок иностранных пассажиров, но и очень выгодный рынок российского выездного автобусного туризма.

Более завидное положение занимают российские железные дороги, так как они являются монополистами пассажирских перевозок между Россией и странами СНГ. Кроме того, разница в ширине железнодорожной колеи сильно затрудняет проникновение иностранных железнодорожных компаний на рынок международных перевозок в нашу страну.

Острыми проблемами для перевозки иностранцев по внутренним маршрутам являются:

- непрекращающийся рост тарифов на всех видах транспорта, что ведет к общему повышению стоимости путешествия в Россию.
- большая изношенность техники (авиационной, железнодорожной, автобусной), из-за чего очень сильно страдает качество перевозки.

- не благоустроенность многих пассажирских терминалов (вокзалов), что также отрицательно влияет на качество транспортных услуг.
- низкое по сравнению с западными образцами качество обслуживания пассажиров в пути.

Информационно-справочная служба. Ещё одной проблемой сервиса является информационное обеспечение. Сегодня выпускаются всевозможные сборники, справочники, буклеты в основном только на английском языке. Тогда как, исходя из статистики, больше всего в Россию приезжает граждан Китая, а на их родном языке информация отсутствует. Наблюдается дефицит полноценных карт и буклетов, содержащих сведения не только о маршруте следования, но и пояснения к объектам и достопримечательностям. А европейцы любят самостоятельно путешествовать. Нет элементарных музейных карт - однодневных, трёхдневных, в мире они продаются во всех киосках, в метро. Так же экспертами отмечалось, что обычные туристы не имеют возможности хорошо ориентироваться по городу и чувствуют себя зачастую потерянными. Они ловят такси, но водитель не говорит даже на английском; они хотят купить карту или путеводитель на родном языке, но по близости такой возможности нет. Эту ситуацию можно было бы изменить, если уже в аэропортах, можно было бы бесплатно получить, а вернее просто взять такую карту. И это не из области фантастики: сколько мы видим красочных рекламных листовок на глянцевой бумаге, разбросанных по всему городу - они бесплатны потому что выгодны рекламодателю. А теперь можно представить, что если бы какое-нибудь издательство запланировало выпуск таких карт с информационными указателями, которые в последствие попадут в руки туристов - потенциальных покупателей, так как они на отдыхе и соответственно будут тратить деньги, то ему бы не стоило и труда заключить контракты на печатанье на полях этой карты рекламы ресторанов, кафе, магазинов, служб такси, заказа билетов. Тем самым, реклама окупилась бы расходы, и эти карты были бы доступны всем туристам и лежали бы повсюду, как и простые рекламные буклеты. И иностранец, попав в город

уже имел бы какой-то ориентир, которым мог бы воспользоваться, показывая пальцем таксисту, куда ему нужно. Но не всё так безнадежно и уже предпринимаются шаги по изменению сложившейся ситуации.

В целом, очевидно, что развитие въездного туризма невозможно без инвестирования в материально-техническую базу индустрии туризма, в реконструкцию и строительство дорог, в объекты сферы развлечений, в учреждения культуры, памятники истории.

В настоящее время в России формируется реалистичный подход к въездному туризму и понимание его как отрасли экономики, обладающей значительным преимуществом для социально-экономического развития нашей страны. Подтверждением этому является принятая правительством Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Согласно данному документу, на финансирование программы из федерального бюджета будет выделено 96 млрд. рублей. В связи с этим можно обозначить основные тенденции развития въездного туризма:

- увеличение туристского потока;
- развитие историко-культурных зон РФ;
- рост цен на услуги гостиничного сектора;
- развитие, расширение индустрии развлечений;
- увеличение финансирования на развитие туристических зон, центров;
- развитие многих видов туризма на территории России, в частности, пляжного;
- расширение возможностей для активного отдыха;
- рост ВВП.

Рассмотрим поподробнее все вышеперечисленные тенденции.

Увеличение туристского потока. Исходя из статистических данных, представленных в таблице 1, можно сделать вывод, что и дальше будет происходить увеличение турпотока в России.

Развитие историко-культурных зон РФ. На данный момент очень популярны среди иностранных туристов Центральный и Северо-Западный федеральные округа - центры культурно-познавательного туризма страны. Однако большие потенциальные возможности для развития этого направления есть и в отдельных регионах Южного, Приволжского, Сибирского и Дальневосточного федеральных округов. У данных направлений есть перспективы, поскольку эти регионы туристам не знакомы. Также в этих регионах имеется возможность предоставления иностранным гражданам полного комплекса услуг проживания, питания, развлечений, информационного обслуживания и др., следовательно, особенностью таких зон будет их использование, как туристами, так и местными жителями, что особенно важно для социально-экономического развития малых исторических городов в целом.

Рост цен на услуги гостиничного сектора. Развитие гостиничного сектора, безусловно, влечёт за собой рост цен на его услуги. Это легко объяснить, поскольку:

- 1) затраты на строительство и ремонт увеличиваются;
- 2) спрос рождает предложение;
- 3) цены на закупку гостиничного инвентаря и оборудования за границей увеличиваются.

Развитие, расширение индустрии развлечений. Индустрия развлечений - очень прибыльная отрасль в сфере въездного туризма, поэтому государство заинтересовано в развитии данного сектора. К примеру, в 2009 году Правительством РФ были подписаны распоряжения о создании игорных зон в Калининградской области, Алтайском крае и на границе Краснодарского края и Ростовской области.

Увеличение финансирования на развитие туристических зон, центров. С каждым годом происходит постоянное увеличение выделяемых средств на развитие туристических зон и центров. Из этого можно сделать

вывод, что государство будет и дальше увеличивать финансирование, следовательно, данная тенденция сохранится.

Развитие пляжного отдыха. Примером могут служить проводившиеся работы в городе Сочи. В связи с проведением зимней Олимпиады в 2014 году местные пляжи приводились в порядок, расширялась их площадь, развивалась инфраструктура пляжного отдыха. После проведения олимпиады возрос интерес иностранных туристов к курортам города Сочи и Краснодарского края, они открыли для себя не только горнолыжные склоны, но и черноморское побережье.

Расширение возможностей для активного отдыха. Авторы Федеральной Целевой Программы делают прогнозы в отношении дальнейшего развития активного отдыха в России - пешеходного, горнолыжного, горного, водного, конного, парусного и велотуризма. На сегодня, как отмечается в программе, отдельные регионы Поволжья и Дальнего Востока, Сибири, Северного Кавказа уже являются крупными горнолыжными курортами, а многие имеют большие перспективы для развития активного туризма.

Рост ВВП. В совокупности все вышеперечисленные тенденции способствуют росту ВВП. Также отмечается ежегодный рост ВВП от въездного туризма.

Итак, в первой части данной главы были выявлены и подробно рассмотрены основные проблемы, связанные с въездным туризмом в России. Для изучения проблем на основе статистических данных был произведён анализ, который показал истинное состояние каждой из них. Можно сделать главный вывод из первой части, что все проблемные отрасли недостаточно финансируются государством, следствием этого является их плачевное состояние.

Из содержания второй части стало ясно, что у правительства нашей страны сформировался реалистичный подход в отношении въездного туризма в России. На данный момент утверждена Федеральная Целевая

Программа и обозначены основные тенденции развития въездного туризма в России. Из этого можно сделать вывод, что в отношении данной отрасли наблюдаются положительные преобразования.

При изучении въездного туризма в России были выявлены и рассмотрены основные проблемы:

- малый объём туристского потока;
- слаборазвитая туристская инфраструктура;
- недостаточное финансирование и количество рекламы туристских возможностей нашей страны за границей;
- усложнённая процедура выдачи визы.

Для увеличения объёмов туристского потока и упрощения визового режима в России, по моему мнению, можно, сделать следующее:

- уменьшить количество документов, необходимых для оформления визы для въезда в Россию;
- упростить анкету, которую оформляют иностранные граждане;
- установить единые для всех российских консульств сроки оформления виз;
- оформлять визы для туристов непосредственно в российских консульствах, а не в визовых центрах;
- дать разрешение принимающим туроператорам на самостоятельную выдачу приглашений туристам;
- ввести безвизовый режим для иностранных граждан, въезжающих с целью туризма, посещения экскурсий и достопримечательностей, отдыха и т.д. (данный вариант рассматривается для стран ЕС, Японии, Великобритании, США, Новой Зеландии и других благополучных, безопасных стран).

Далее рассмотрим возможные пути решения следующей проблемы - слаборазвитой туристской инфраструктуры. Первый её недостаток - нехватка отелей и гостиниц качественного уровня. Необходимо построить новые гостиницы, отели, которые бы соответствовали международным стандартам, отремонтировать уже имеющиеся на данный момент аналогичные средства

размещения. Для осуществления предложенных мер необходимы денежные средства, которые могли бы выделяться из государственного бюджета.

Также в данной сфере могут применяться различные налоговые льготы, кредиты и т.д., предоставляемые государством в качестве стимулирования предприятий гостиничного сектора.

Со стороны отечественных и иностранных инвесторов могут выделяться денежные средства на строительство бюджетных гостиниц достойного уровня (таких в России не хватает больше всего).

Бизнесмены и менеджеры, сфера деятельности которых связана с размещением и обслуживанием туристов должны оптимизировать затраты своих компаний, чтобы уменьшить себестоимость предоставляемых услуг.

Ещё необходимо заняться улучшением уровня сервиса, для этого нужны инвестиции в обучение управленцев (менеджеров) и специалистов в сфере туризма, развитие международных культурных центров и языковых школ, ВУЗов.

Также проблему размещения туристов можно решить следующим образом - ввести единую систему бронирования гостиниц (это становится возможным благодаря использованию сети интернет). В настоящее время в России подобная система существует частично, в основном она используется в больших городах, где представлены самые популярные туристские маршруты. Что же касается небольших нетуристических городов, то подобная система бронирования в них отсутствует.

Второй недостаток туристской инфраструктуры - низкое качество дорог. Данную проблему можно считать вечной для России. Я считаю, что государство должно выделять больше денежных средств на строительство и ремонт дорог. Для осуществления данных мер могут привлекаться инвестиции, которые также могут вкладываться и в специализированную современную технику. Помимо этого, для улучшения качества дорог можно привлечь иностранные компании, которые будут заниматься строительством. К примеру, это могут быть европейские компании, известные во всём мире

своим качеством дорог и длительным сроком их службы. Чтобы такое сотрудничество приносило пользу для двух сторон, российское государство может предоставлять специальные льготы и гарантии иностранным компаниям. Таким образом, для России строительство новых качественных дорог станет приоритетным, а ремонт отойдёт на второй план.

Третий недостаток - слаборазвитая индустрия развлечений и отдыха. В настоящее время в нашей стране существует большая масса всевозможных объектов данного сектора, однако по - настоящему интересных и привлекательных для туристов очень мало. Чтобы исправить сложившуюся ситуацию можно предложить сотрудничество иностранным компаниям. Такими могут являться европейские и американские корпорации, имеющие успешный опыт в этой области.

Следующий путь решения - создание развлекательных ресурсов, отражающих уникальные особенности, исторические события каждого города России (примером может служить «шоу-музей» Бородино в Москве).

Естественно для осуществления предложенных мер необходимы денежные средства со стороны иностранных партнёров - инвестиции. Что же касается государства, то с его стороны должна оказываться поддержка - дополнительное выделение денежных средств из бюджета.

Недостаток новых туристских маршрутов тоже является проблемой. Иностранные туристы, приезжая в нашу страну в основном посещают Москву и Санкт - Петербург, а также города «Золотого кольца». Лишь некоторые иностранные гости отправляются в путешествие на озеро Байкал и едут в круиз по Волге. Необходимо отметить, что большая территория России позволяет посетить и другие не менее интересные места.

Например, можно создать туристские маршруты по территориям, обладающим значительным потенциалом для перспективного развития. Это могут быть: Дальневосточный регион (Командорские острова, Курилы, Хабаровский край, Чукотка и д.р.), Западная Сибирь (Красноярский край,

Алтай и др.), прибрежные территории Азовского и Каспийского морей, районы крайнего севера, Урал, а также республики Бурятия и Тыва.

Для того, чтобы вышеперечисленные территории превратились в полноценные туристские маршруты нужно создать федеральную целевую программу, которая была бы ориентирована на их развитие. Ну и, конечно же, без материальной поддержки государства здесь не обойтись.

Что же касается рекламы России как туристского центра за границей, то её явно недостаточно. На данный момент принимаются различные меры для продвижения нашей страны в европейских городах и скандинавских странах. К примеру реклама Санкт - Петербурга как туристского центра размещена в аэропортах и на центральных улицах Копенгагена Берлина, Парижа, Праги, Токио, Стокгольма, Хельсинки и т.д. Но также необходимо рекламировать и другие туристские зоны для увеличения объёмов въездного туризма. Помимо этого, нужно заниматься расширением рекламы. Например, создать официальный сайт о России как туристском центре для иностранных гостей. В структуру этого сайта можно включить фоторепортажи о туристских зонах, видеоролики, перечень предоставляемых услуг и цены на них, интересные факты из истории и т.д.

Также можно разместить рекламу в других странах, таких как США, Китай, Япония. В гипермаркетах, супермаркетах и других массовых магазинах можно показывать официальный ролик о России как туристском центре.

Для реализации предложенных мер нужно серьёзное финансирование со стороны государства и инвестирование в данный сектор.

Итак, все вышеперечисленные меры являются целесообразными, поскольку их применение, возможно, поспособствует решению выявленных проблем.

2. ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

2.1. Современное состояние въездного туризма в Красноярском крае

Красноярский край входит в первую двадцатку регионов страны по своему туристскому потенциалу. На площади более 2 млн. кв. км с плотностью населения 1,2 человека на кв. км сосредоточены многочисленные и разнообразные памятники природы и цивилизации, способные привлечь внимание россиян и зарубежных гостей [4].

Фактически здесь представлена вся история культуры: от палеолитических наскальных рисунков и дольменов до современных архитектурных решений города Красноярска. В крае расположены три государственных природных заповедника, Саяно-Шушенский биосферный заповедник, национальный парк «Шушенский бор», 36 государственных природных заказников краевого значения, насчитывается более пяти десятков памятников природы. В числе наиболее крупных и известных объектов – заповедники «Столбы», «Ергаки», «Таймырский», «Большой Арктический», «Путоранский», «Центральносибирский», «Тунгусский» и другие. Далеко не полный обзор природных и культурных объектов позволяет констатировать наличие потенциала для развития в крае экологического, экстремального, спортивного, познавательного, оздоровительного, этнографического и других видов туризма, условий для охоты и рыбной ловли.

Однако, обладая богатым рекреационным потенциалом, край лишь в незначительной степени востребован в качестве туристского региона. Доля туризма в ВРП края составляла в 2014 г. 0,9 процента [8]. В среднем за год сюда приезжает около полумиллиона человек, внутренний туристический поток составляет более 600 тыс. человек, львиная доля приходится на

неорганизованных туристов. Приведём лишь один пример. В юбилейном для природного парка «Ергаки» 2014 г., несмотря на широкую PR-кампанию, его посетили всего 85 тыс. гостей. Самый известный из природных объектов края — заповедник «Столбы», центр ледо- и скалолазания, — посещают порядка 280 тыс. человек в год, преимущественно сами красноярцы. Наиболее известные мероприятия, такие, как праздник «Минусинский помидор», собирают до 150—200 тыс. гостей, оставаясь, однако, событиями эпизодическими и отнюдь не типичными для региона в целом.

№ п/п	Наименование субъекта Российской Федерации	Общий балл
17.	Новгородская область	49.6
18.	Камчатский край	49.5
19.	Владимирская область	49.3
20.	Республика Башкортостан	48.1
21.	Тюменская область	48
22.	Республика Алтай	47.8
23.	Самарская область	47.6
24.	Свердловская область	46.2
25.	Астраханская область	45.3

Рис.1.- Рейтинг регионов по России по развитию въездного туризма

27.	Сахалинская область	43.9
28.	Тверская область	43.8
29.	Челябинская область	43.6
30.	Мурманская область	43
31.	Пермский край	42.7
32.	Костромская область	42.1
33.	Ростовская область	42
34.	Вологодская область	41.5
35.	Кабардино-Балкарская Республика	41.2
36.	Иркутская область	41.1
37.	Магаданская область	41

Рис. 1.- Рейтинг регионов России по развитию туризма

Субъекты РФ, попавшие в группу лидеров – это, как правило, состоявшиеся туристические «территории». Во многих регионах списка развитие туризма значится приоритетным направлением. На основании данного рейтинга, можно сделать вывод, что возможность развития туризма в Красноярском крае является невысокой.

Во главе рейтинга, с солидным отрывом от двух столиц, ожидаемо оказался Краснодарский край – курортный центр европейской части России и абсолютный лидер по большинству критериев. И количественные показатели туристической индустрии, и мнения экспертного сообщества – все указывает на то, что Кубань является главной туристической зоной России. Вместе с тем, по популярности в интернете туристический бренд Краснодарского края значительно уступает Республике Крым (правда, только ей), которая расположилась на четвертой позиции. Некоторые эксперты выразили

уверенность в том, что итогам 2015 года Крым улучшит свое и без того завидное положение в туристическом рейтинге.

2.2. Характеристика ресурсов для оценки туристско-рекреационного потенциала Красноярского края

Под туристско-рекреационным потенциалом понимается совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий, способствующих удовлетворению потребностей населения в туристской и рекреационной деятельности [7].

Туристско-рекреационный потенциал края можно разделить на следующие блоки:

- природные рекреационные ресурсы;
- культурно-исторические ресурсы;
- экологическое состояние;
- туристская инфраструктура;
- социально-экономические условия.

Комплексная оценка туристско-рекреационного потенциала была проведена с применением: многомерного статистического анализа, интегрально-балльного анализа, сравнительного анализа, структурного анализа, функционального анализа, метода многомерной классификации и классификационного анализа, дисперсного анализа. В оценке туристско-рекреационного потенциала территории большое значение имеют природные объекты. Российский потенциал природных ресурсов необычайно велик.

По данным Росстата, площадь государственных природных заповедников и национальных парков составляет 2,4% территории России. В 2014 г. насчитывалось 103 государственных заповедника, общей площадью 33,8 млн га, 47 национальных парка, общей площадью 9,5 млн га. [35]. В целом, природные условия складываются из характеристики климатических, гидроминеральных, лесных, горных ресурсов, рекреационных ресурсов

морских побережий. Для лечебно-оздоровительного вида туризма, как въездного, так и внутреннего, важно благоприятное сочетание перечисленных ресурсов.

Таблица 2.

Государственные природные заповедники и национальные парки [35]

	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.
Число государственных природных заповедников	101	102	102	102	103
их площадь, млн. га	33,8	33,8	33,8	33,8	33,8
Число национальных парков	40	41	42	44	47
их площадь, млн. га	7,8	9,2	9,5	11,5	12,8

Карта «Климатических условий для организации летнего отдыха и туризма в России» наглядно показывает распределение по территории страны наиболее благоприятных дней, для всех видов лечения, летнего отдыха и туризма. И наиболее ценных, в курортном отношении районов (с количеством комфортных дней в году 60-80), они располагаются у черноморского побережья Краснодарского края. В Сибири продолжительность комфортного периода уменьшается от 50 (юг Западной Сибири и Алтая) до 10 и менее дней (побережье Северного Ледовитого океана, горы Северного Забайкалья и Северо-восточной Сибири). Продолжительность комфортного периода на Дальнем Востоке составляет всего 10-20 дней, а во Владивостоке, расположенном на широте Сочи, она не превышает 30 дней. В Европейской части России такие условия характерны для Калининградского побережья Балтики.

Таким образом, территория России может быть подразделена по степени благоприятности климатических условий для организации летней рекреационной деятельности на следующие четыре района: север страны,

Приморье Дальнего Востока, средняя полоса страны, юг европейской территории России. Все районы выделены на ранее упомянутой карте.



Рис.2. Карта «Климатических условий для организации летнего отдыха и туризма в России» [7].

Для развития въездного лечебно-оздоровительного туризма, большое значение имеет наличие гидроминеральных ресурсов. В России богатейшие запасы минеральных вод и лечебных грязей, отличающихся огромным разнообразием и распространенных практически по всей территории страны.

Оценка природных ресурсов для развития лечебно-оздоровительного туризма представлена на рис. 2.

Степень обеспеченности вышеперечисленными ресурсами можно определить для каждого субъекта РФ, наложив сетку административного деления. Самыми благоприятными являются те субъекты, где имеется весь спектр природных ресурсов и максимальное их качественное и площадное распространение. После сравнительно-картографического анализа все субъекты РФ были объединены в четыре группы по степени благоприятности - от очень благоприятного, до неблагоприятного. Каждой группе был присвоен оценочный бал: от 1 до 4. Оценки введены для удобства анализа

[7]. Все более широкую популярность получает спортивный туризм, а наличие соответствующих природных условий в стране, позволяет его интенсивно развивать. Можно подразделить спортивный туризм на горный и равнинный.



Рис.3. - Комплексная оценка природных ресурсов для развития лечебно-оздоровительного туризма в России [7].

Рекреационная освоенность природных ресурсов гор, по современным представлениям, подразделяется на интенсивную, умеренную и ограниченную (рис.4).

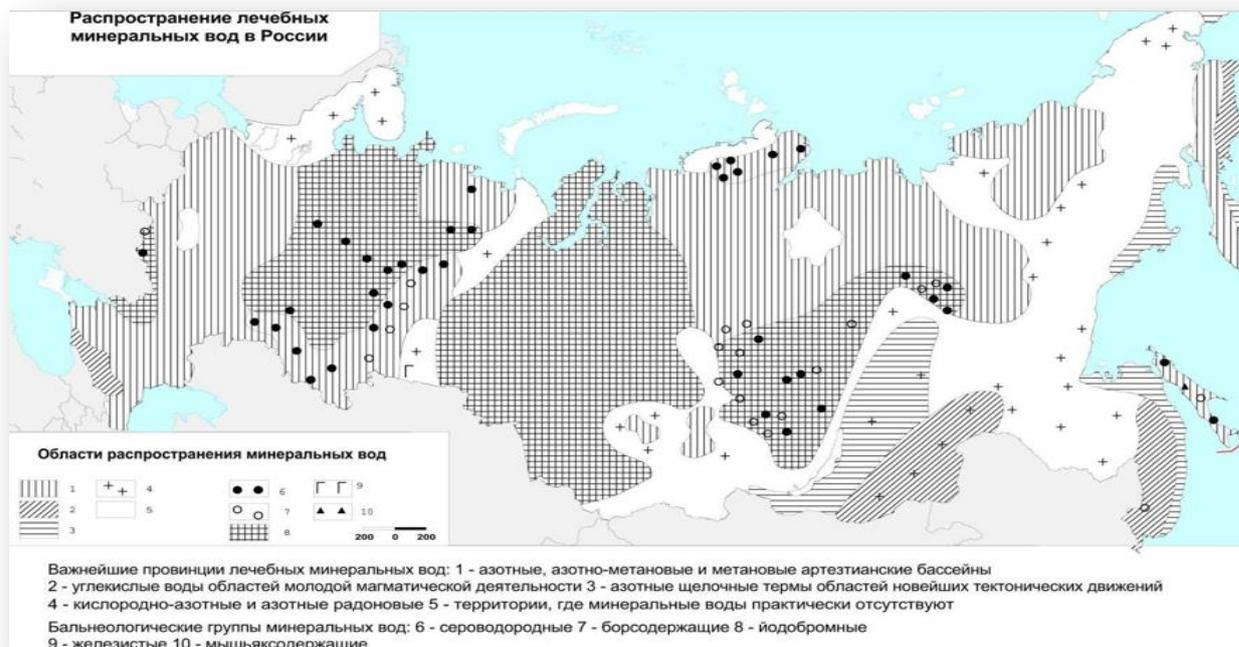


Рис.4.- Рекреационная освоенность природных ресурсов гор [7]

Наиболее благоприятны, для горного спортивного туризма Центральный и Северный Кавказ, Урал, Сихотэ-Алинь, Алтай, Сахалин и Камчатка. Равнинный подтип спортивного туризма включает санный спорт, байдарочную и лодочную греблю, водно-моторный и парусный спорт. Равнинный туризм тяготеет к озерам, водохранилищам, крупным рекам, а также заливам и лиманам теплых морей. Например, Калининградское побережье Балтики, Черноморское побережье России, некоторые районы средней полосы европейской территории России и Приуралья, юга Хабаровского и Приморского краев. Весомым аргументом в процессе выбора места путешествия, является экологическое состояние региона. Значительно лимитируют туристско-рекреационное использование территории загрязнения и катастрофы, даже если природные условия, культурно-исторические ресурсы и развитая туристская инфраструктура определяют высокий рекреационный потенциал. Поэтому при оценке рекреационной привлекательности региона, прежде всего, необходимо учитывать экологическое состояние территории. В России экологическая обстановка крайне неоднородна. В стране 78 млн. км² практически незатронутых

современной хозяйственной деятельностью территорий, но с другой стороны, более 2 млн км² признаются экологически не благополучными. В этих районах сосредоточена значительная часть населения, размещены предприятия, загрязняющие окружающую среду, и сельское хозяйство наиболее плотно эксплуатирует земельные ресурсы. По программе «Экологическая безопасность России» Г.И. Гладкевич, В.Е. Шуваловым и др., было проведено исследование экологического состояния регионов страны. Основываясь на этом исследовании, составлена карта экологического состояния регионов (рис.4) [7].



Рис. 5.- Экологическое состояние регионов России[7]

Были даны интегральные оценки воздействия промышленности, сельского хозяйства, транспорта, агломераций и радиационной обстановки, в балльной системе для каждого из 83 субъектов РФ. Таким образом, на карте можно выделить 4 группы регионов, отличающихся по экологическому состоянию. Балльная оценка, присвоенная каждой группе, в дальнейшем использовалась для типологии регионов по степени рекреационной ценности: (4 балла – критическое состояние; 3 – напряженное, 2 – удовлетворительное; 1 – благоприятное). В первую группу с благоприятным экологическим состоянием (ЭС) входят 25 субъектов, которые занимают господствующее

положение (по площади) и сконцентрированы к востоку от Уральского хребта. Европейская часть России, насчитывает из этой группы лишь шесть субъектов РФ, расположенных на севере и северо-востоке. И только Республика Калмыкия находится на юге. Группа с удовлетворительным ЭС включает 32 субъекта РФ, которые вытянуты от западных до восточных границ страны, совпадая с ареалами основного расселения и главными транспортными артериями. Красноярский край характеризуется благоприятной экологической обстановкой.

Неблагоприятной экологической обстановкой характеризуются 30 субъектов России. Например, такие наиболее популярные в туристском отношении, регионы как Московская, Ленинградская области, черноморское побережье Кавказа (Ставропольский край), Калининградская область – относятся к регионам с напряженным экологическим состоянием.

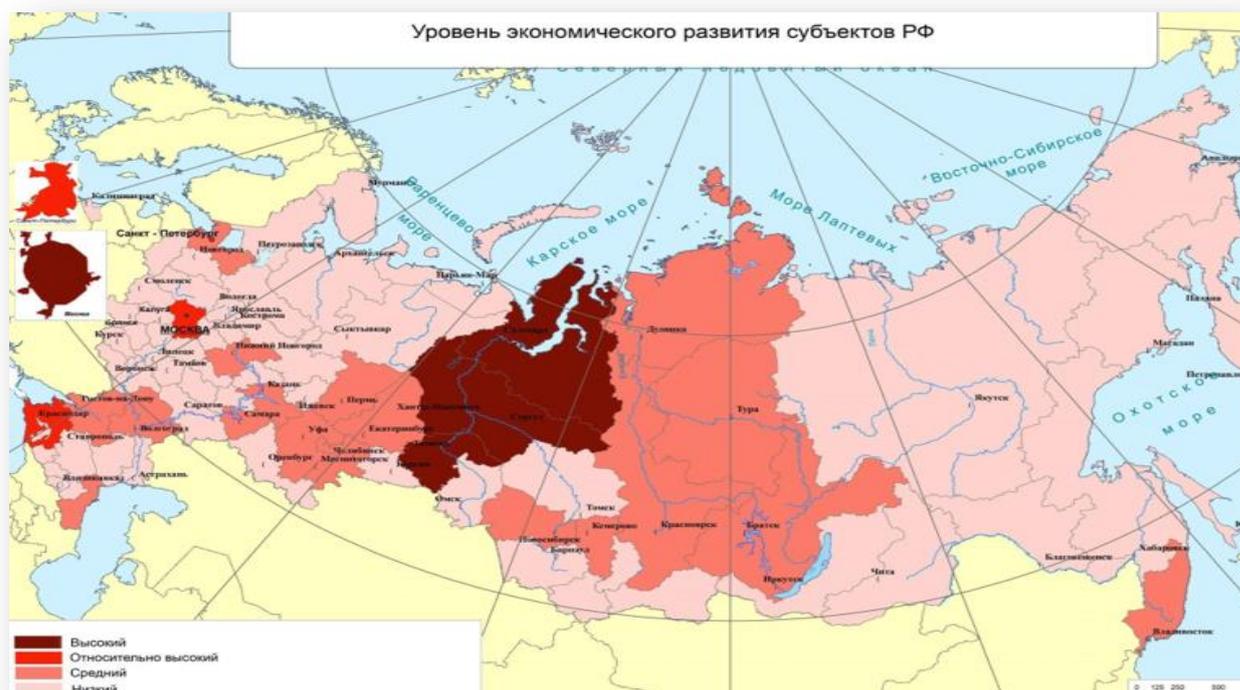


Рис.6- Оценка уровня экономического развития субъектов РФ [7]

Оценка уровня экономического развития субъектов РФ (рис. 5) проводилась на основании статистических данных, полученных из справочника «Регионы России» Росстата.

Сравнивались следующие показатели регионов: площадь, численность населения, среднегодовая занятость в экономике, среднедушевые денежные доходы, потребительские расходы в среднем на душу населения, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, показатели валового регионального продукта и показатели основных фондов в экономике. В десятку лидеров вошли регионы: Москва и Тюменская область, Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Свердловская область, республика Татарстан, Красноярский край, республика Башкортостан.

Большое значение в оценке экономического веса региона в масштабе страны играет его инвестиционная привлекательность. Благодаря инвестициям, осуществляется накопление капитала предприятий, а, следовательно, создание базы для расширения производственных возможностей страны и экономического роста.

Таким образом, инвестиционная привлекательность регионов Российской Федерации оценивалась по двум параметрам: инвестиционный потенциал и инвестиционный риск.

Инвестиционный потенциал отражает долю региона в общероссийском рынке, инвестиционный риск показывает инвесторам возможные проблемы в регионе и их масштаб. Следует отметить, что суммарный инвестиционный потенциал состоит из 9 частных: трудового, финансового, производственного, потребительского, институционального, инфраструктурного, природно-ресурсного, туристического и инновационного. Если давать краткий анализ проведенной классификации регионов по инвестиционному потенциалу каждого региона, можно сделать следующие выводы:

Регионами-лидерами с максимальным потенциалом являются: Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Свердловская область, Красноярский край, Республика Татарстан, Самарская область, Республика Башкортостан, Ростовская область. Наиболее

благоприятными инвестиционными условиями обладают Москва и Санкт-Петербург, обладающие максимальным потенциалом и минимальным риском. Последние места занимают автономные округа и область, слаборазвитые республики. В наибольшей степени свой рейтинг за последние годы смогли увеличить два главных ресурсных экспортоориентированных региона – Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский АО. Самые значительные показатели в улучшение инвестиционного климата показывают следующие регионы: Ставропольский край, Алтайский край, Хабаровский край, Самарская, Астраханская, Рязанская области и Чеченская Республика.

Минимальными инвестиционными рисками характеризуются следующие регионы: Краснодарский край, Белгородская, Липецкая, Московская области, Санкт-Петербург, Ростовская, Ленинградская, Калужская области, Республика Татарстан, Тамбовская область. В наибольшей степени за последние годы снизили инвестиционный риск Вологодская и Ростовская области, Ханты-Мансийский автономный округ, Республика Чувашия и Республика Мордовия.

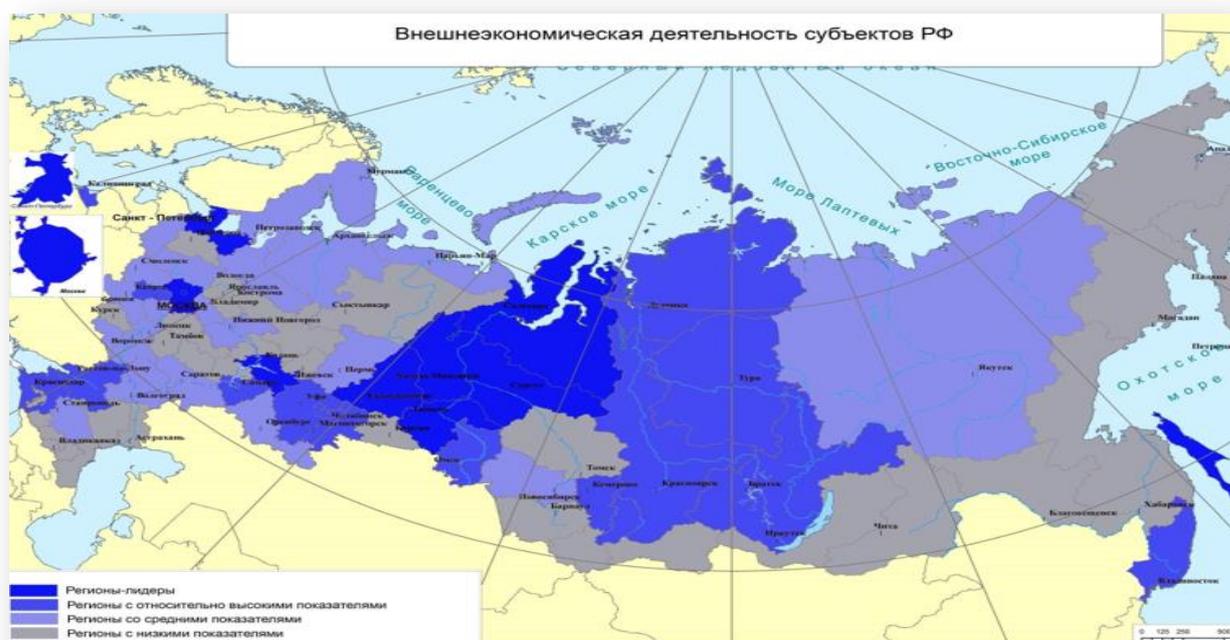


Рис. 7- Оценка внешнеэкономической деятельности регионов [7]

Оценка внешнеэкономической деятельности регионов, которая сильно влияет на социальное благополучие регионов, выявила, что на долю Москвы и Московской обл., Санкт-Петербурга и Ленинградской обл. приходится половина объема экспорта-импорта всей страны. Также показатели относительно велики в богатых сырьевых регионах Сибири и развитых промышленных регионах Европейской части, таких как Тюменская обл., республика Татарстан, Сахалинская, Свердловская области, Красноярский край, Кемеровская обл., республика Башкортостан, Самарская обл., Краснодарский край и Калининградская обл. В этих 15 регионах сосредоточено 80% оборота внешнеэкономической деятельности.

По итогу проведенного анализа на карте «Внешнеэкономической деятельности регионов» регионы были разделены на четыре группы: регионы-лидеры, регионы с высокими показателями, регионы со средним показателем, регионы с низкими показателями.

На карте «Уровень экономического развития регионов РФ» регионы также были разделены на 4 группы: регионы с высоким показателем относительно высоким, средним и низким.

Важнейшим показателем социальной развитости регионов является индекс человеческого развития, который аккумулирует в себе показатели душевого ВВП, индекс дохода, ожидаемую продолжительность жизни, грамотность населения, долю учащихся в возрасте 4-24 лет, индекс образования. Региональная дифференциация по ИЧР по результатам анализа 2013 г. показывает картину, крайне незначительно отличающуюся от результатов прошлых лет: немногим более 20% населения страны, живет в относительно благополучных регионах (в т.ч. 8% в Москве), около 10% – в регионах-аутсайдерах, а более 2/3 – в регионах со средним уровнем человеческого развития. Эти пропорции не менялись в течение 2000-х гг., т.е. неравенство носит устойчивый характер[18].



Рис. 8 - Развитие транспортной сети [7]

Немаловажным фактором для развития индустрии туризма является уровень развития транспортной сети. Современная картина транспортной освоенности регионов отображена на рис. 7. Наиболее благоприятная ситуация с транспортным обеспечением складывается в следующих регионах: Москва, Санкт-Петербург, Московская, Калининградская, Тульская, Курская, Ленинградская, Липецкая, Владимирская области. Наименее слабые показатели у Чукотского АО, Камчатского АО, Магаданской области, республик Тыва, Саха (Якутия), Алтай, Красноярского края, Томской, Тюменской областей. Остальные регионы занимают промежуточное положение.

2.3. Факторы, тормозящие развитие въездного туризма на территории Красноярского края

К факторам, тормозящим развитие въездного туризма в Красноярском крае эксперты относят типичные для страны неразвитость законодательного

регулирования туристской отрасли, отсутствие системы налоговых льгот и преференций для турбизнеса, малого бизнеса, недостаток квалифицированных специалистов[11].

Таблица 3.

Виды проблем и пути их решения

Вид	Важность	Наличие	Необходимые действия по достройки элементов
Аэропорт			Расширить географию полетов, в т.ч. В аэропорт «Шушенское»
Средства размещения			Разнообразить типы средств размещения, ввести современные форматы
Общепит			Разнообразить предприятия общепита по типам и классам, ввести современные форматы
Качество городской среды			Благоустройство, охрана историч. и природной среды, современные средовые решения
Транспорт			Оптимизация маршрутов и режима движения
Развлечения			Организация дополнительных развлечений
Экскурс.обслуживание			Разнообразие и качество материала, новые технологии вовлечения туристов в процесс
Производство сувениров			Программы по поддержке творческих индустрий
Мед-оздоровительн.услуги			Ввести современные форматы услуг
Доп.услуги			Обеспечение полного спектра доп.услуг
Технологии			Импорт новых информ.и музейных технологий

В Красноярском крае имеется целый ряд существенных препятствий на пути развития туристской отрасли, в том числе, ярко выраженная сезонность, труднодоступность большинства объектов при очевидно низком уровне развития транспортной инфраструктуры, невысокий класс средств размещения, качество городской среды, медицинских услуг, отсутствие комплекса дополнительных услуг[8]. Среди основных проблем развития туризма в Красноярском крае можно выделить организационные, научные и экономические [18].

Организационные проблемы:

- Отставание в определении правовой базы и экономического механизма взаимоотношений административных органов и хозяйственных субъектов с туристскими организациями приводит к потере возможной (упускаемой) выгоды для краевого и местных бюджетов;

- Существующая значительная материальная база туризма не обеспечена единым скоординированным механизмом взаимодействия,

загружена не более чем на 30%, продолжается ее деградация. Большие ресурсы туризма и рекреации оказались омертвленными, сужается география туристских маршрутов, сокращается число объектов экскурсионного показа;

- Недостаточное количество профессионально подготовленных кадров;

- Не решена задача формирования туристской инфраструктуры, способствующей развитию туристско-экскурсионной деятельности: не обустроены автодороги, свертывается сеть столовых, мотелей, транспортных предприятий;

- Краевые организации не в состоянии обеспечить потребности жителей в туризме и экскурсиях в силу их узковедомственных интересов и разобщенности;

- Не отрегулированы правовые и экономические механизмы межрегиональных туристских связей;

- Не развивается комплекс международных туристских связей и иностранного туризма;

- Слабое рекламно-информационное обеспечение развития туризма.

Научные проблемы:

- Рекреационные ресурсы края недостаточно изучены;

- В методиках, применяющихся для оценки рекреационных ресурсов, отсутствует единообразие, что затрудняет составление единых программ развития туризма;

- Необходимо провести рекреационное зонирование территории с учетом современных условий и с выделением перспективных мощностей как резерва для развития туризма;

- Необходимо решить экологические проблемы рекреационных территорий;

- Отсутствует научное обоснование дачной рекреации;

- Не определен потенциал для развития такой специфической формы туризма как научный туризм (геологический, археологический и др.);

Экономические проблемы:

- Экономическая поддержка развития туризма федеральным, региональным, муниципальным и предпринимательским капиталом слаба;
- Современные экономические рычаги регулирования и поощрения занятий туризмом и отдыхом отсутствуют;
- Отсутствуют грамотно построенные туристские программы по предоставлению дорогостоящих элитарных услуг, ориентированные на состоятельные слои населения и богатых иностранных туристов и не дорогостоящие программы для туристов с доходами среднего уровня.

Основные тенденции и возможные сценарии развития туристского комплекса юга края, выделены приоритетные виды туризма, дана прогнозная оценка туристских потоков и необходимых инфраструктурных проектов.

Красноярский край обладает разнообразными туристическими ресурсами.

Туристско-рекреационные ресурсы включают в себя:

- реки, озера, пещеры, водопады, горные образования, Красноярское водохранилище;
- благоприятные климатические условия.
- национальные и природные парки, биологические заказники, охотничьи хозяйства.

Лечебно-оздоровительные ресурсы включают:

- лечебные илы и грязи;
- минеральные воды;

Как видим, Красноярский край обладает потенциалом для развития туризма, однако в рамках социально-экономического развития территории города туристический потенциал используется не в полной мере.

Среди указанных причин необходимо особенно выделить отсутствие внятного позиционирования Красноярского края как туристского региона. Уже много лет предпринимаются попытки разработать систему продвижения края как привлекательного для внутреннего и въездного туризма региона. Его возможности демонстрируются на международных специализированных

форумах, таких как китайский CIT Mart, ITB Berlin, «Енисей». Также специалисты занимаются продвижением достопримечательностей и туристско-рекреационных возможностей края в социальных сетях. На межрегиональном уровне одним из направлений маркетинга с 2012 г. является продвижение интегрированного бренда «Сибирь».

На настоящем этапе перед краевыми и муниципальными властями региона стоит задача разработки единой концепции продвижения региона на рынке туристского продукта. Была разработана государственная программа «Развитие культуры и туризма», целью которой является создание условий для развития и реализации культурного и духовного потенциала населения Красноярского края [33]. Красноярский край лишён таких узнаваемых объектов, каким является озеро Байкал в Иркутской области или альпика в Алтайском крае, в отличие от Тывы обойдён вниманием первых лиц государства. По данным социологов, даже респонденты из числа жителей края не имеют представления о подавляющем большинстве природных и историко-культурных объектов края [12]. Отсутствие целенаправленной и планомерной работы по формированию и продвижению имиджа и бренда региона, привели к тому, что в сознании россиян и иностранцев территория представляется далёким холодным неблагоустроенным краем. Для большинства соотечественников-россиян это место ссылки и тюрьмы, промышленный и природоресурсный регион, растворившийся в необъятной «глубине сибирских руд». В сознании иностранцев — это полумифическая Siberia.

Проанализировав факторы, тормозящие развитие въездного туризма в Красноярском крае, я предложила и разработала мероприятия, по его совершенствованию.

3. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»

3.1. Общая характеристика туристской фирмы ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»

Туристическая фирма «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ» была основана в 2015 году. По организационно-правовой форме фирма является обществом с ограниченной ответственностью. ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ» регулируется ГК РФ.

Обществом с ограниченной ответственностью является коммерческая организация, созданная одним или несколькими учредителями, уставной капитал, которого разделен на доли, определенные учредительными документами, участники которой не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков в размере внесенной доли уставного капитала.

Туристическая фирма находится по адресу: г. Красноярск, ул. Маерчака, 2А, офис 1-01.

Свою деятельность фирма начала как туроператор по въездному и внутреннему туризму, занимающийся реализацией и продвижением туристического продукта, созданного туроператором. Деятельность фирмы осуществлялась на основании лицензии на турагентскую деятельность, выданной в 2015 году, федеральным агентством по туризму. Фирма имеет право выполнять функции организаторов и создателей комплексного туристического продукта для группового и индивидуального туризма, предлагать путешествия различной стоимости и продолжительности по различным направлениям в разное время года, разрабатывать туристские маршруты, обеспечивать их услугами, организовывать рекламу, рассчитывать и устанавливать цены на туры, продавать их турагентствам для выпуска и реализации путевок на них.

В условиях экономических изменений современная туристическая фирма, как и любое предприятие, производящее товары или услуги,

сталкивается с множеством проблем. Источниками повышенной сложности управления являются высокая степень неопределенности рыночной ситуации, сезонная нестабильность спроса на туристические услуги, ужесточение конкуренции в туристическом бизнесе, нехватка финансовых ресурсов и т.д.

В таких условиях фирма не может ограничиваться только текущим планированием и оперативным управлением своей деятельностью. Возникает необходимость стратегического мышления, которое должно воплотиться в программу действий, уточняющую цели и средства реализации выбранного пути развития. В краткосрочной перспективе успех турфирмы определяется, прежде всего, финансовой сбалансированностью различных направлений текущей деятельности. Выживание и развитие на долгосрочную перспективу зависит от способности фирмы своевременно предвидеть изменения на рынке и соответствующим образом адаптировать свою организационную структуру и содержание портфеля заказов на туристских услуги.

Нацеленность на организацию будущего становится необходимой составляющей стратегического мышления современных менеджеров. Их задача заключается в том, чтобы освоить «планирование» непредсказуемого и, осуществив стратегический выбор, последовательно воплотить его в программы действий фирмы, сделав их понятными для всех работников. Идеология стратегического управления базируется на предположении о невозможности с достаточной степенью сложности прогнозировать долгосрочные тенденции. Таким образом, стратегическое управление определяется как технология управления в условиях повышенной нестабильности факторов внешней среды и их неопределенности во времени. В миссию фирмы входит задача определения основных потребностей потребителей и их эффективного удовлетворения для создания клиентуры в поддержку фирмы в будущем. Часто руководители фирм считают, что их основная миссия – получение прибыли. Действительно, удовлетворяя какую-то внутреннюю потребность, фирма, в конечном счете, сможет выжить. Но,

чтобы заработать прибыль, фирме необходимо следить за средой своей деятельности, учитывая при этом ценностные подходы к понятию рынка. Миссия представляет чрезвычайное значение для организации, нельзя забывать о ценностях и целях высшего руководства. Ценности, формируемые нашим опытом, направляют или ориентируют руководителей, когда они сталкиваются с необходимостью принятия критических решений.

Миссия ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ» в общем:

Стать известной турфирмой в г. Красноярске по продаже туристических маршрутов и стараться учитывать все интересы и пожелания клиентов.

Направление деятельности.

Туристическая фирма ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ» является многопрофильным оператором и занимается въездным и внутренним туризмом. Фирма разрабатывает и реализует турпродукты, которые включают в себя:

1. Туры, объединенные по целенаправленности (познавательные, оздоровительные и т.п.)
2. Туристско-экскурсионные услуги различных видов (размещение, питание, транспортные услуги и т.д.)

Фирма предлагает большой ассортимент турпродукта:

1. Автобусные туры: Москва, Санкт-Петербург, Рязань, Тула, Пенза, города Золотого Кольца и др.;
2. Экскурсии по г. Красноярску;
3. Отдых на черноморском побережье: Сочи, Анапа, Туапсе, Геленджик, Лазаревское и др.

Организационная культура.

Корпоративная культура турфирмы имеет следующие особенности:

- Отношения работников строятся по принципу «большая семья», что обеспечивает высокую мотивацию на проявление активности и

вовлеченность всех в общее дело. По сравнению с предприятиями, где заняты тысячи людей, в малых организациях каждый работник на виду.

Каждому предоставляется возможность в полной мере проявить свой потенциал активности, выдвинуться, почувствовать свою востребованность и занять должное место в иерархии компании.

- ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ» является малой организацией, поэтому ей проще в управлении и эффективном использовании ресурсов, она быстрее адаптируется к изменениям во внешней среде. И ее отличает большая жизнеспособность.

Все это в полной мере относится к туристским компаниям. Они, как и все малые предприятия, способны создать сильную корпоративную культуру. Парадоксально, но в большинстве своем турфирмы не хотят либо не могут этим воспользоваться.

Качество обслуживания в туристских организациях зависит от умения персонала:

- распознать и оценить требования каждого клиента к заказываемому обслуживанию;
- оценить восприятие каждым клиентом предоставляемого ему обслуживания;
- оперативно корректировать по необходимости процесс обслуживания, добиваясь удовлетворенности каждого клиента предоставляемым обслуживанием.

Таким образом, в настоящее время для квалифицированной работы в индустрии туризма, помимо технологической подготовки, знаний в области туристского бизнеса, также необходима соответствующая психологическая подготовка, владение вопросами межличностного общения.

Все большее значение приобретают такие личностные качества работника, как коммуникабельность, ориентация на достижение результата, клиентоориентированность, ответственность, обучаемость, способность планировать работу, стрессоустойчивость, умение работать в команде,

аккуратность, внимательность, лояльность к компании. Эти требования объясняются тем, что в индустрии туризма ошибка, допущенная персоналом может повлиять на дальнейший выбор клиента и на его удовлетворенность качеством обслуживания.

Таблица 4.

SWOT - анализ деятельности ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»

<p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - высококлассные специалисты - качественное оборудование - возможность прямого выхода на западный и азиатский рынок - в отличие от других турпредприятий – выступает в роли оператора по въездному и внутреннему туризму - профессиональное качество предлагаемых услуг 	<p>Возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> - профессиональное преимущество перед конкурентами - разработка новых маршрутов - собственный комплекс сооружений для размещения, питания, культурно-бытового времяпровождения, развлечений и отдыха, обслуживания туристов
<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - проблема финансирования - слабая государственная поддержка 	<p>Угрозы</p> <ul style="list-style-type: none"> - при дальнейшем отсутствии планирования и маркетинговой ориентации возможна потеря преимущества - потеря высококлассных специалистов из-за внутренних проблем фирмы - визовая поддержка

Самой сильной стороной фирмы является работа опытных профессиональных гидов, готовых удовлетворить все пожелания клиента.

Организационная структура управления ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»

В фирме все работники трудятся согласно штатному расписанию. В фирме все обязанности и полномочия разделены по функциональному признаку и в соответствии с ними определены должностные инструкции каждого работника.

Единоличным исполнительным органом является генеральный директор, который:

- без доверенности действует от имени общества, в том числе представляет его интересы и совершает сделки;
- выдает доверенности на право представительства от имени общества, в том числе доверенности с правом передоверия;
- издает приказы о назначении на должности работников общества, об их переводе и увольнении, применяет меры поощрения и налагает дисциплинарные взыскания;
- рассматривает текущие и перспективные планы работ;
- обеспечивает выполнение планов деятельности общества;
- утверждает правила, процедуры и другие внутренние документы общества, за исключением документов, утверждение которых отнесено настоящим Уставом к компетенции общего собрания участников общества;
- определяет организационную структуру общества;
- подготавливает материалы, проекты и предложения по вопросам, выносимым на рассмотрение общего собрания участников.

3.2. Разработка тура для туристов из Китая

«Голубой жемчужиной» Восточной Сибири и уникальным природным явлением называют озеро Байкал, считающееся символом красоты дикой природы России.

Географически озеро расположено в самом центре азиатского континента, на границе Республики Бурятия и Иркутской области.

Природный ландшафт вокруг озера настолько разнообразен, а флора и фауна настолько богаты, что к Байкалу устремляются туристы со всего мира в поисках уединения, гармонии с природой, великолепного отдыха и незабываемых приключений. Недаром экотуризм является из основных

туристических направлений на Байкале, а активные туры на Байкал круглый год открывают возможность освоения новых, интересных маршрутов.

Название Тура: «Байкальские приключения»

Продолжительность: 5 дней, 4 ночи

Стоимость тура: 17 200 рублей - при проживании в гостинице, стандарт

О гостинице Молодежная:

Гостиница находится в административном центре г. Байкальска, в 15 минутах ходьбы до Байкала, столько же до курорта Гора Соболиная. 150 м от федеральной трассы. Номерной фонд поддерживается в чистоте и порядке. Озелененная и ухоженная прилегающая территория, с размещенными на ней творческими композициями из камня и дерева. Наличие кафе, Wi-Fi, сауны, бильярда, бесплатной парковки.

"Стандарт": секции из двух комнат 1+4, санузел: унитаз, раковина, душ. В некоторых номерах - телевизор.

Цены гостиницы Молодежная:

"Эконом" - 550 руб. место

"Стандарт" - 700 руб. место

"Комфорт" - 1200 руб. место

В стоимость программы входит:

- Трансфер на комфортабельном автобусе с наличием кондиционера (в летнее время);
- Проживание в гостинице;
- Трехразовое питание (начиная с обеда 1-го дня, заканчивая завтраком 5-го дня);
- Экскурсии, указанные в программе;
- Сопровождение гидов-экскурсоводов, переводчика.

В стоимость программы не входит:

- доставка до гостиницы и обратно;
- Экскурсии и услуги, не указанные в программе;
- стоимость катания на катамаранах;

Необходимо иметь с собой:

- обувь и одежду для повседневного ношения в соответствии с сезоном;
- необходимые индивидуальные лекарства;
- предметы личной гигиены;
- полотенце, шапочку, купальные принадлежности, сланцы;
- удобную походную обувь для пеших маршрутов.

Таблица 5.

Краткое описание маршрута[36]

День	Объекты посещения
День первый:	День приезда. Гора Соболиная – берег Байкала, городской музей.
День второй:	Байкальск- Теплые озера- Байкальск
День третий:	Тункинская долина
День четвертый:	Слюдянка, музей минералов, Мыс Шаманский.
День пятый:	День отъезда.

Программа 1 дня:

- Прибытие, размещение в гостинице «Молодежная»
- Обед
- Обзорная экскурсия. (1,5 - 2 часа, 400 руб.) Посещение Байкальского музея (Байкальский музей ИНЦ СО РАН), Вы узнаете историю Байкала от начала зарождения до сегодняшнего дня. Байкальский музей, один из трех существующих ныне музеев озер в мире и единственный в России, расположен на берегу оз. Байкал, у истока реки Ангары, привлекает внимание всех приезжающих в Сибирь и на Байкал, входит в список всероссийских туристических маршрутов. Созданный большим коллективом учёных-байкаловедов, освещает сбалансированную экологическую систему самого большого хранилища пресной воды на Земле.

Уникальность коллекций, длительный ряд наблюдений за природой озера, высокая культура показа делает музей оригинальным и наиболее посещаемым в области.

Программа первого дня:

- Заезд в гостиницу «Молодежная»
- Обед
- Посещение Горы Соболиной.

Вы посетите крупнейший в Восточной Сибири горнолыжный курорт «Гора Соболиная», расположенный близ города Байкальска на северном склоне одноименной горы. Курорт предлагает оздоровительные программы в собственном лечебном центре, Вы сможете воспользоваться всем спектром дополнительных услуг – SPA-центр, сауны, бассейн, спортивные залы всегда открыты.

Байкальский горнолыжный курорт "Гора Соболиная" сегодня – это сеть сертифицированных трасс и подъемников, квалифицированные инструкторы и лыжный патруль, прокат горнолыжного и сноубордического инвентаря и камера хранения, спортивный магазин, автостоянка, сеть ski-баров и ресторанов.

Программа второго дня:

- Завтрак
- Посадка в автобус
- Посещение Теплых озер, расположенных у подножия горы «Шапка Мономаха». Вы узнаете увлекательную историю происхождения Теплых озер и насладитесь красотами природы.



Рис.9.- оз. Изумрудное



Рис.10.- оз. Сказка



Рис.11- оз. Мертвое

- Возвращение в гостиницу

Программа третьего дня:

- Завтрак

- Посещение Ступы «Даши Гоман» в переводе с тибетского языка означает «Множество дверей счастья». Главное назначение ступы в том, чтобы помогать очищаться от негативных впечатлений, и вместо этого увеличивать позитивные впечатления, вследствие чего возрастают Заслуга и Мудрость. Все это предпосылки для достижения высочайшего Просветления.



Рис.12.- Ступа «Даши Гоман»

- Объект посещения: Иволгинский Дацан - центр буддизма и резиденция Главы буддистов в России. В XXI веке Иволгинский дацан приобрел совершенно особое значение, благодаря обретению буддийской святыни - Нетленного тела Пандито Хамбо Ламы XII Даши Доржо Итигэлова.



Рис.13.- Иволгинский Дацан

- Обед

- Посещение сада камней. Этот удивительный, созданный самой природой сад камней занимает площадь более 10 кв. км. Огромные глыбы гранита размером до 5 метров в поперечнике возвышаются из-под земли на совершенно ровном месте.

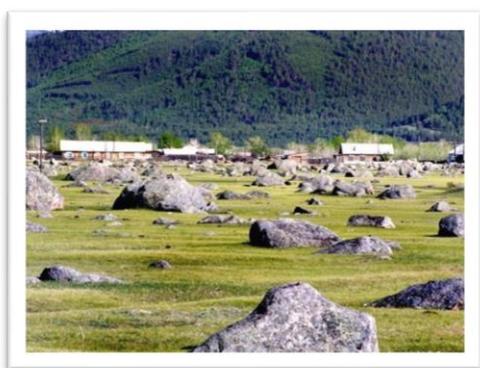


Рис.14.- Сад камней

Программа четвертого дня:

- Завтрак

- Посещение музея минералов В. Жигалова в Слюдянке. Предлагаем Вам посетить первый частный музей минералов, где вы сможете увидеть и узнать, почему место, где добывают минералы, называется «минералогический рай».



Рис.15.- Частный музей минералов В. Жигалова

- Мыс Шаманский. На Байкале много мест, связанных с шаманизмом. К их числу принадлежит и расположенный в западной части озера мыс, за которым закрепилось название — Шаманский. Буряты считают его священным: в одной из пещер мыса похоронен шаман, кроме того, издревле здесь совершались религиозные обряды и жертвоприношения.

- Купание и отдых на берегу оз. Байкал
- Погружение в автобус и возвращение



Рис.16.- Мыс Шаманский

Программа пятого дня:

- Завтрак в гостинице/коттедже
- Отъезд

Примечание: более подробная информация о предложенном туре представлена на официальном сайте предприятия ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ» - www.sibtur24.ru (Приложение Д)

Также для развития предприятия ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ», мной были предложен перечень выставочно – ярмарочных выставок с различной тематикой.

Таблица 6.

Перечень международных мероприятий в сфере туризма на 2016 год

№ п/п	Наименование мероприятия/ссылка на мероприятие	Сроки и место проведения	Тематика мероприятия
1	Международная туристическая выставка «Интурмаркет 2016» www.itmexpo.ru	19-22 марта 2016 г. Москва	Отдых, путешествия, туризм
2	4-й. Российско-Китайский Туристический Форум 2016 http://forum-tourism.com	22 марта 2016г. г. Москва, отель «Рэдиссон Роял»	Целью форума является содействие развитию взаимовыгодного сотрудничества между Россией и Китаем в сфере туризма путем обеспечения системного диалога между государственными органами управления по туризму и делового сообщества России и Китая, а также предприятиями и организациями России и Китая по различным отраслевым вопросам туризма. Форум проводится в формате саммитов.
3	Туристическая выставка «Енисей» 2016 http://www.krasfair.ru/events/enisey/	7-9 апреля 2016г. г. Красноярск	Отдых, путешествия, туризм
4	Международная туристическая выставка KOTFA Korea World Travel Fair 2016 http://en.kotfa.net/?c=2/13	9-12 июня 2016 г. Сеул, Южная Корея	Отдых, путешествия, туризм
5	Международная туристическая выставка BITE (Beijing International Tourism Expo) www.bitechina.com.cn/en	23-24 июня 2016 г. Пекин, КНР	Отдых, путешествия, туризм
6	Международная туристская выставка INWETEX – CIS TRAVEL MARKET	13 — 15 октября	Отдых, путешествия, туризм

	http://lenexpo.ru/node/118504	Россия, Санкт-Петербург, ВК «Ленэкспо»	
7	China International Travel Mart (CITM)-2016 http://www.citm.com.cn/english/index.aspx	11-13 ноября, 2016 год Китай, Шанхай	Основная выставка Государственного Управления по туризму КНР, поочередно проводится в Шанхае и Куньмине. 60 тыс.кв.м., 102 страны-участницы, 2400 экспонентов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Поставленные задачи в моей выпускной квалификационной работе были все выполнены:

- изучено современное состояние и выявлены тенденции развития въездного туризма
- раскрыта сущность понятия въездной туризм, его виды и функции
- проведена оценка туристско – рекреационного потенциала Красноярского края
- выявлены факторы, тормозящие развитие рынка въездного туризма на территории Красноярского края
- разработаны направления по развитию въездного туризма
- проведена оценка экономической эффективности данных направлений

Выпускная квалификационная работа была посвящена характеристике нынешнего состояния въездного туризма в Красноярском крае. С целью раскрытия данного вопроса была дана географическая характеристика региона, определены факторы, тормозящие развитие въездного туризма в

регионе в настоящее время, рассмотрены проблемы и перспективы дальнейшего развития индустрии туризма.

В процессе выполнения работы была дана характеристика основных секторов туристической индустрии в России и Красноярском крае (сектора транспортных перевозок, сектора организации придорожного сервиса, сектора размещения и питания, сектора развлечений). Были определены природно-климатические особенности региона, дана комплексная оценка природных ресурсов для развития лечебно – оздоровительного туризма, рассмотрены историко-культурный и природно-ресурсный потенциал региона, а также уровень экономического развития субъектов Российской Федерации.

Кроме того, были выявлены основные проблемы, с которыми сталкивается туристическая отрасль в России и Красноярском крае в настоящее время, а также были определены пути их решения, рассмотрена нормативно-правовая база, регулирующая отношения в сфере развития индустрии туризма.

Также в работе были предложены различные международные выставки для предприятия ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ», был создан новый туристский продукт экскурсионно-познавательной направленности «Байкальские путешествия» в туристов из Китая.

Создание нового туристического маршрута является эффективным мероприятием по увеличению финансового состояния туристической фирмы ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ». Реализация тура способствует привлечению большего сегмента потребителей туристических услуг, значительно повысит выручку турфирмы, поможет фирме встать на новый уровень конкуренции с другими турфирмами – поставщиками аналогичных услуг.

Предложенный маршрут уже в ближайшее время позволит обеспечить опережающий рост прибыли, снижение себестоимости, при сохраняющейся поступательной динамике выручки от реализации.

Создание нового маршрута «Байкальские приключения» направлено на расширение ассортимента предлагаемых услуг. Внедрение данного мероприятия позволит расширить ассортимент предоставляемых услуг, привлечь новых клиентов и тем самым принесёт дополнительную прибыль и окажет благотворное воздействие на финансовую устойчивость компании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: уч. / А.Ю. Александрова. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 470 с.
2. Аргументы и факты [Электронный ресурс]: туризм.
3. Ассоциация туроператоров России [Электронный ресурс]: пресса о проблемах туризма.
4. Васько А., Лютых О.Ю. Перспективы развития туризма в Красноярском крае // Туризм как фактор социально-экономического развития региона: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Ноябрь 2010 — январь 2011 г. Красноярск, 2011. – 20 с.
5. Вязовская В.В., Изакова Н.Б., Капустина Л.М. Оценка конкурентоспособности России на мировом рынке туристских услуг // Известия УрГЭУ. 2014. № 4. С. 35—43.
6. Карманова Т. Е., О.В. Каурова, А.Н. Малолетко учебник / Статистика туризма. - Москва: КНОРУС, 2012. - 208 с.

7. Кружалин В.И., Теоретические и практические аспекты развития и рекреации в России, Труды VI международной научно-практической конференции. – С-Пб, 2012.
8. Перспективы развития туризма на территории Красноярского края: Доклад. — СПб, 2014
9. Постановление Правительства Р Ф «О Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». — [Действующий от 2 августа 2011 г. № 644]. [Электронный ресурс].
10. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.) [Электронный ресурс]: федер. цел. программа.
11. Рыжкова О.В., Улас Ю.В. Индустрия туризма Красноярского края: проблемы и пути их преодоления // Проблемы современной экономики. 2011. № 2.]
12. Тарасова М.В. Арт-брендинг территории Красноярского края как средство решения проблемы региональной идентичности // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 212]
13. Тёмный Ю.В., Тёмная Л.Р. учебник / Экономика туризма. - Москва: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010. 448 - с.
14. Туризм в цифрах. 2013: Стат.сб./ИИЦ «Статистика России, Федеральное агентство по туризму. – М.: ИИЦ «Статистика России», 2013. – 39 с.
15. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)».
16. Фёдорова Е.А. Мифолингвистическая интерпретация топонима «Сибирь» в современном языковом сознании. Автореф. дисс. канд. филологич. наук. Казань, 2014
17. Шеркунов С.А., Филатов А.С., Назарова Г.А. Категория «Устойчивое развитие»: возвращение к вопросу // Проблемы въездного туризма в

контексте диалога культур: сб. науч. Статей Междунар. науч.-практ. конф., 22-25 апреля 2012 г.

18. Экспертно-аналитический портал «Центр гуманитарных технологий» // URL <http://gtmarket.ru>
- 19.ГОСТ 50681-2010 - Проектирование туристских услуг
- 20.ГОСТ Р 5064-2009 - Требования по обеспечению безопасности туристов
- 21.ГОСТ Р 50762-2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания»
- 22.ГОСТ Р 51185-2008. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования
- 23.ГОСТ Р 52113-2003 - Услуги населению. Номенклатура показателей качества
- 24.ГОСТ Р 53522_2009 - Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения
- 25.ГОСТ Р 53997-2010 - Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования
- 26.ГОСТ Р ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования.
- 27.ГОСТ Р 54599-2011 - Услуги средств размещения. Общие требования к услугам санаториев, пансионатов, центров отдыха
- 28.ГОСТ Р 53522 - 2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения на следующие разновидности
- 29.ГОСТ Р 54600-2011 - Услуги турагентств. Общие требования
- 30.ГОСТ Р 54601-2011 - Безопасность активных видов туризма. Общие положения
- 31.ГОСТ Р 54604-2011 - Экскурсионные услуги. Общие требования
- 32.ГОСТ Р 54606-2011 - Услуги малых средств размещения. Общие требования
- 33.www.krskstate.ru - Красноярский край. Официальный портал
- 34.www.russiatourism.ru -Федеральное агентство по туризму РФ
- 35.www.gks.ru– Федеральная служба государственной статистики

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А.

Въезд иностранных граждан на территорию РФ за 9 месяцев 2015г.

Страны	Цели поездки	9 мес. 2014г.	9 мес. 2015г.	Изменение численности иностранных граждан, въехавших в РФ за 9 мес. 2015г. По сравнению с аналогичным показателем 9 мес. 2014г. (+-%)
Австралия	Всего	42 067	36 051	- 14
	Туризм	34 369	29 408	- 14
	Служебная	3 769	3 135	- 17
Австрия	Всего	55 394	46 719	- 16
	Туризм	21 158	20 226	- 4
	Служебная	20 822	17 422	- 16
Аргентина	Всего	11 970	15 298	28
	Туризм	10 388	13 624	31

	Служебная	408	601	47
Бельгия	Всего	31 301	27 138	-13
	Туризм	15 159	14 303	- 6
	Служебная	9 724	8 393	- 14
Болгария	Всего	33 214	28 855	- 13
	Туризм	5 638	5 974	6
	Служебная	10 103	7 617	- 25
Великобритания	Всего	193 397	161 193	- 17
	Туризм	120 873	102 910	- 15
	Служебная	50 744	41 054	-19
Венгрия	Всего	22 941	19 749	- 14
	Туризм	6 755	6 240	- 8
	Служебная	7 412	6 386	- 14
Вьетнам	Всего	60 390	45 224	- 25
	Туризм	5 171	7 897	53
	Служебная	14 767	17 211	17
Германия	Всего	541 522	501 319	- 7
	Туризм	318 678	319 192	0
	Служебная	138 010	113 763	- 18
Гонконг	Всего	10 103	11 885	18
	Туризм	8 563	10 116	18
	Служебная	51	72	41
Греция	Всего	36 965	31 961	- 14
	Туризм	9 531	10 233	7
	Служебная	5 996	5 086	-15
Дания	Всего	27 702	20 293	- 27
	Туризм	12 231	9 573	- 22
	Служебная	8 115	6 913	- 15
Египет	Всего	11 761	14 695	25
	Туризм	2 909	5 378	85
	Служебная	2 558	2 909	14
Израиль	Всего	119 540	134 580	13
	Туризм	86 004	103 901	21
	Служебная	6 768	5 785	- 15
Индия	Всего	75 511	74 876	- 1
	Туризм	13 966	23 304	67
	Служебная	14 145	14 035	-1
Иордания	Всего	3 975	4 118	4
	Туризм	1 257	1 884	50
	Служебная	590	605	3
Иран	Всего	25 927	42 542	64
	Туризм	15 909	33 638	111
	Служебная	2 775	3 115	12
Испания	Всего	87 262	97 346	12
	Туризм	56 342	73 333	30
	Служебная	15 053	12 385	- 18
Италия	Всего	176 834	166 274	- 6

	Туризм	92 612	94 065	2
	Служебная	58 293	50 771	- 13
Канада	Всего	48 544	39 349	- 19
	Туризм	34 224	28 966	- 15
	Служебная	7 506	5 942	- 21
Китай	Всего	920 925	1 117 017	21
	Туризм	358 209	583 617	63
	Служебная	233 725	264 490	13
Колумбия	Всего	8 144	8 976	10
	Туризм	6 856	7 732	13
	Служебная	298	270	- 9
Корея, республика	Всего	114 061	129 160	13
	Туризм	70 758	100 069	41
	Служебная	9 528	7 965	- 16
Куба	Всего	9 007	8 828	- 2
	Туризм	5 142	6 315	23
	Служебная	998	1 259	26
Латвия	Всего	282 450	265 164	- 6
	Туризм	23 481	24 489	4
	Служебная	149 815	125 349	- 16
Литва	Всего	388 911	199 031	- 49
	Туризм	16 547	14 863	- 10
	Служебная	284 628	130 307	- 54
Малайзия	Всего	12 752	12 176	- 5
	Туризм	4 625	4 737	2
	Служебная	1 214	1 055	- 13
Мексика	Всего	16 692	21 077	26
	Туризм	13 776	18 271	33
	служебная	989	983	- 1
Нидерланды	Всего	66 001	49 579	- 25
	Туризм	24 969	19 158	- 23
	Служебная	24 458	19 422	- 21
Норвегия	Всего	44 914	39 171	- 13
	Туризм	10 825	10 171	- 5
	Служебная	8 095	7 038	- 13
Португалия	Всего	12 325	12 766	4
	Туризм	6 287	7 424	18
	Служебная	2 171	2 103	- 3
Польша	Всего	1 402 892	1 331 292	- 5
	Туризм	15 924	11 012	- 31
	Служебная	161 081	140 005	- 13
Румыния	Всего	22 652	20 994	- 7
	Туризм	4 880	5 225	7
	Служебная	6 455	6 306	- 2

Сербия	Всего	66 597	61 367	- 8
	Туризм	17 749	19 201	8
	Служебная	22 890	18 725	- 18
Словакия	Всего	20 153	15 381	- 24
	Туризм	4 853	4 235	- 13
	Служебная	8 270	6 498	- 21
США	Всего	193 397	213 716	11
	Туризм	120 873	152 940	27
	Служебная	50 744	34 283	- 32
Таиланд	Всего	20 273	23 034	14
	Туризм	10 287	16 576	61
	Служебная	2 019	1 788	- 11
Турция	Всего	270 733	261 983	- 3
	Туризм	100 186	115 776	16
	Служебная	63 934	49 040	- 23
Филиппины	Всего	126 951	127 488	0
	Туризм	2 972	3 032	2
	Служебная	3 634	3 437	- 5
Финляндия	Всего	1 089 089	1 118 619	3
	Туризм	59 908	51 414	- 14
	Служебная	672 955	721 630	7
Франция	Всего	178 767	153 844	- 14
	Туризм	82 662	72 996	- 12
	Служебная	55 798	47 901	- 14
Хорватия	Всего	14 011	13 690	- 2
	Туризм	2 202	2 277	3
	Служебная	4 722	3 977	- 16
Чешская республика	Всего	56 654	36 523	- 36
	Туризм	8 996	8 151	- 9
	Служебная	23 963	19 967	- 17
Швейцария	Всего	42 689	37 854	- 11
	Туризм	23 992	22 438	- 6
	Служебная	10 084	9 156	- 9
Швеция	Всего	39 610	31 829	- 20
	Туризм	11 509	11 934	4
	Служебная	14 883	12 007	- 19
Эстония	Всего	261 430	282 279	8
	Туризм	21 262	21 775	2
	Служебная	161 636	185 443	15
Япония	Всего	89 830	77 792	- 13
	Туризм	49 460	43 505	- 12
	Служебная	23 124	20 676	- 11
Итого	Всего	7 427 646	7 234 621	- 3
	Туризм	1 982 462	2 310 755	17
	Служебная	2 382 490	2 166 841	- 9
	Всего	24 948 184	26 486 839	6
	Туризм	2 244 586	2 539 457	13
	Служебная	4 702 627	5 967 492	27

Приложение Б.

Индивидуальные средства размещения туристов

Ресторан - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая заказные и фирменные блюда и изделия; алкогольные, прохладительные, горячие и другие виды напитков, мучные кондитерские и булочные изделия, табачные изделия, покупные товары, с высоким уровнем обслуживания и, как правило, в сочетании с организацией отдыха и развлечений.

Бар - предприятие общественного питания, оборудованное барной стойкой и реализующее в зависимости от специализации алкогольные и (или) безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, коктейли, холодные и горячие закуски и блюда в ограниченном ассортименте, покупные товары.

Кафе - предприятие общественного питания по организации питания и (или без) отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции общественного питания,

реализующее фирменные, заказные блюда, изделия и алкогольные и безалкогольные напитки.

Столовая - предприятие общественного питания, общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей, производящее и реализующее блюда и кулинарные изделия в соответствии с меню, различающимся по дням недели.

Закусочная - предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд и изделий несложного изготовления и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольной продукции.

Буфет - предприятие общественного питания, находящееся в жилых и общественных зданиях, реализующее с потреблением на месте ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе холодные блюда, закуски, горячие, сладкие блюда несложного изготовления, мучные кулинарные, булочные и кондитерские изделия, и покупные товары.

Кафетерий - предприятие общественного питания, оборудованное буфетной или барной стойкой, реализующее с потреблением на месте горячие напитки из кофе, чая, прохладительные напитки, ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе бутерброды, мучные булочные и кондитерские изделия, горячие блюда несложного изготовления, и покупные товары.

Кофейня - предприятие общественного питания, специализирующееся на изготовлении и реализации с потреблением на месте широкого ассортимента горячих напитков из кофе, какао и чая, мучных блюд и мучных булочных, и кондитерских изделий, кулинарной продукции из полуфабрикатов высокой степени готовности в ограниченном ассортименте, а также алкогольных напитков и покупных товаров.

Приложение В.

Эффект от реализации федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018годы)»

Имиджевый эффект предусматривает формирование образа Российской Федерации как страны, благоприятной для туризма. Программа не только создает условия для продвижения российского туристского продукта на мировом и внутреннем рынках, но также способствует развитию экономических и культурных связей России с другими странами, улучшает мнение мировой общественности о стране в целом. Кроме того, признание Российской Федерации благоприятной для посещения страной повысит ее место во многих международных рейтингах, включая рейтинги, связанные с различными параметрами туристской конкурентоспособности, и рейтинг уровня безопасности.

Экономический эффект Программы будет достигнут путем привлечения дополнительных инвестиций в сферу туризма при реализации

механизмов государственно-частного партнерства и обеспечении экономически привлекательных условий для бизнеса. Предполагаемый экономический эффект состоит в увеличении внутреннего спроса на туристский продукт, росте валового внутреннего продукта и улучшении платежного баланса страны за счет развития въездного туризма, сокращения выездного туристского потока в результате развития внутреннего туризма. Экономический эффект также связан с укреплением экономической безопасности Российской Федерации за счет создания стабильно прибыльной отрасли, не связанной с ценами на сырьевые ресурсы на мировых рынках. Реализация Программы внесет свой вклад в переход отечественной экономики на не сырьевую инновационную модель развития.

Экологический эффект объясняется тем, что в отличие от многих других отраслей экономики туризм не приводит к истощению природных ресурсов. Указанная отрасль в значительной степени ориентирована на использование возобновляемых ресурсов. Кроме того, развитие многих видов туризма прививает бережное отношение к природным ресурсам страны.

Социальный эффект проявляется в создании условий для улучшения качества жизни российских граждан за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма, а также в решении социальных проблем за счет создания дополнительных рабочих мест и обеспечения занятости населения. Реализация Программы позволит решить ряд важных социальных задач, связанных с удовлетворением потребностей различных категорий российских граждан в активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья и приобщении к культурным ценностям, а также с патриотическим воспитанием молодого поколения страны.

Экологическая эффективность программы является неотъемлемой частью ее общей эффективности. Защита окружающей среды при реализации мероприятий программы обеспечивается путем реализации заложенных в инвестиционные проекты технических и технологических решений, соответствующих современным стандартам и повышенным экологическим

требованиям. Контроль соблюдения действующего законодательства в части защиты окружающей среды как на этапе предварительного отбора инвестиционных проектов, планируемых для реализации в рамках Программы, так и на этапе реализации программы, в том числе обязательность прохождения экологической экспертизы проектов, обеспечивает высокую экологическую эффективность каждого проекта и в целом.

Приложение Г.

Технология разработки тура.

При разработке турпродукта следует соблюдать главный принцип – цель путешествия.

1. Маркетинговые исследования (выявление потенциальных возможностей и формирование тура):

а) ПЭСТ анализ (политические, экономические, социальные, технологические силы);

б) ПНВУ (преимущества, недостатки, возможности, угрозы);

в) сегментация рынка (мотивация, цели) – «название тура».

2. География маршрута (перспективное планирование тура):

- выявление ресурсно-технического обеспечения тура (основные и дополнительные объекты показа, транспорт, питание, размещение);

- тип маршрута (линейный, радиальный, кольцевой). 3. Договорный этап (заключение договоров с партнерами). На этом этапе происходит

определение партнёра или поставщика услуг. В договоре указывают: предмет договора, основные условия, права и обязанности поставщика, ответственность сторон, порядок расчётов, юридические адреса сторон, форс-мажор.

Договор с гостиничным предприятием должен содержать: - стоимость номеров, их бронирование;

- скидки;
- условия размещения;
- график заездов;
- материальная ответственность.

Договор с предприятием питания включает:

- количество одновременно обслуживающих туристов;
- регулярность и величина питания;
- цены;
- материальная ответственность.

4. Информационно-методическое обеспечение тура: а) составление карточки транспортного маршрута;

б) описание маршрута (описание, условия приема и обслуживания);

в) график движения по маршруту;

г) документ «Условия приема и обслуживания туристов». Условия о размещении: какие номера, комнаты или каюты, сколько человек может проживать, санитарно-бытовое обслуживание – наличие канализации, прачечных, душ или ванны в номерах. Условия питания: ресторан, кафе, буфет – адрес и отдаленность от места проживания, план питания.

Программа туристско-экскурсионного, культурно-досугового обслуживания: дни обслуживания, перечень тем экскурсий и мероприятий, продолжительность экскурсий в астрономических часах, стоимость экскурсий):

- карта-схема маршрута;
- справочные материалы по маршруту;

- различная информация для составления памятки для туристов, выезжающих за границу, памятка для менеджера;
- описание технологических особенностей тура (прививка от СПИДа, малярии, азиатская гостиница, Диснейленд и т.д.);
- памятки о сроках подачи заявок (на авиабилеты, проживание, питание, скидки на группу);
- заявка бронирования тура (дата, № заказа, ответственное лицо, название тура, информация о туристах русский и латинский вариант, № заграничного и российского паспорта, транспорт, время, рейс, класс, возможные изменения, страна, город, дата прибытия и убытия, гостиница, название, класс, тип номеров, питание, экскурсии);
- информационный листок, в котором содержится следующая информация:
 - 1) маршрут – экскурсия, тип маршрута, транспорт, размещение, продолжительность, краткое описание;
 - 2) пакет услуг;
 - 3) дополнительная информация.
- 5. Расчет стоимости путевок и выпуск к реализации (калькуляция).

Стоимость путевки рассчитывается следующим образом:

Транспортные услуги – внутри маршрутный транспорт, трансфер (доставка туристов от места сбора группы к терминалу основного перевозчика), экскурсии;

- проживание (стоимость умножается на ночи);
- питание;
- зарплата (гиды, экскурсоводы, руководитель группы);
- отчисления во внебюджетные фонды (26% ЕСН и сбор на страхование от несчастных случаев);
- экскурсионное обслуживание;
- билеты на культурно-развлекательные программы;
- накладные расходы (10 - 20%);
- итого затрат;

- начисление прибыли (10 – 40%);
- начисление НДС на сумму затрат и прибыли;
- стоимость путевки вместе с НДС.

6. Продвижение тура на рынок (инструменты продвижения) -реклама (каталоги, брошюры, наружная реклама, реклама в СМИ, в пункте продажи);

- стимулирование продаж (различные материалы для прямой почты, проспекты по конкретному направлению – метод поддержки); - связи с общественностью (оформление пресс-релизов и публикаций отдаются в информационные службы, комитеты);
- пресс-конференции и пресс-демонстрации;
- иллюстративные рассказы с описанием – имиджевая статья;
- презентации;
- ознакомительные туры;
- выставки, ярмарки, научно-практические конференции;

7. Этап реализации путевок (формирование агентской цепи).

Качество турпродукта – это совокупность свойств тур услуг и процессов обслуживания по удовлетворению обусловленных или предполагаемых потребностей туристов.

Качество турпродукта характеризуется качеством услуг и культурой обслуживания.

Специфика сферы туризма заключается в том, что производимый продукт полностью или частично неосязаем, а эффект сервиса оценивается потребителем в условиях определенного эмоционального состояния, зависящего от большого количества факторов, в числе которых такие субъективные характеристики туриста, как:

- а) особенности воспитания;
- б) возраст;
- в) культурные традиции народа, представителем которого является турист;
- г) понятие о комфорте;
- д) привычки;

е) самочувствие или психологическое состояние на момент получения услуги;

ж) физиологические особенности организма и др. Все это делает восприятие качества турпродукта во многом субъективным, зависящим от индивидуальных характеристик каждого туриста.

Кроме того, есть специфичные факторы, которые в значительной степени влияют на создание качественного турпродукта:

1. Дискретность (прерывистость) производства тур услуг и целостность их потребления. Гостеприимство – искусство мелочей. Работа каждого сотрудника в гостинице, ресторане, турфирме одинаково важна. В обеспечении качества турпродукта невозможно выделить более главную или менее главную службу – все они должны работать одинаково четко и качественно.

2. Возможность повторного производства тур услуг на одинаково высоком уровне, или продолжительность качества. Решение данной проблемы для многих производителей турпродукта становится непосильной задачей. Причины этого: плохое качество средств труда персонала, недостаток эргономичности рабочих мест, недостаток своевременной мотивации работников или налаженности всей системы взаимодействия между работниками предприятия.

1. У персонала тур предприятия нет шанса на исправление брака и, как следствие, нет шанса на возврат гостя. При этом гость, выбирая другое место отдыха, советует остальным поступать также. Ведь негативная информация распространяется быстрее позитивной. 4 из 100 клиентов, выразивших недовольство системой обслуживания, могут увести за собой почти в 3 раза больше потенциальных клиентов, чем те, кому обслуживание понравилось, привести.

Требования к качеству турпродукта:

- безопасность жизни и здоровья;
- гарантия предоставления услуг, согласно путевке;

- сохранность имущества туристов;
- охрана окружающей среды.

Критерий качества выражается через систему показателей, отражающих различные виды деятельности по обслуживанию туристов.

На качество тур. обслуживания влияют факторы:

- природно-климатические;
- культурно-исторические ценности;
- психологические;
- специфические потребности туристов;
- культура труда и поведения сотрудников;
- имидж предприятия.

Условия создания качественного сервиса на туристском предприятии:

1. Соблюдение основных и наиболее важных для сферы туризма принципов современного сервиса:

- а) максимальное соответствие предоставляемых услуг требованиям потребителей и характеру потребления;
- б) неразрывная связь с маркетингом;
- в) гибкость сервиса.

2. Создание необходимых условий для персонала:

- эргономичность рабочих мест;
- четкая формулировка правил;
- четкая система оценки качества работы каждого сотрудника;
- мотивация персонала;
- система повышения квалификации персонала.

3. Оптимизация организационной структуры управления предприятия, предоставляющего тур. услуги.

Чем длиннее цепочка прохождения заказа, тем больше вероятность совершения ошибки. Оптимальной является такая организационная структура управления, где число элементов предельно мало.

4. Всесторонний, полный, объективный и непрерывный контроль над качеством сервиса, предполагающий:

- а) участие гостя в оценке качества и контроле над ним;
 - б) создание методик и критериев, позволяющих соотнести требования стандартов с фактическим положением дел;
 - в) создание систем самоконтроля персонала;
 - г) постоянная работа с группами качества;
 - д) применение четко сформулированных количественных критериев качества предоставляемых услуг;
 - е) участие персонала в создании систем и критериев качества; ж) применение технических средств контроля над качеством;
- 3) создание служб контроля, куда бы входили представители дирекции, финансового отдела, кадровой службы, отдела безопасности и др.

Качество обслуживания во многом определяют:

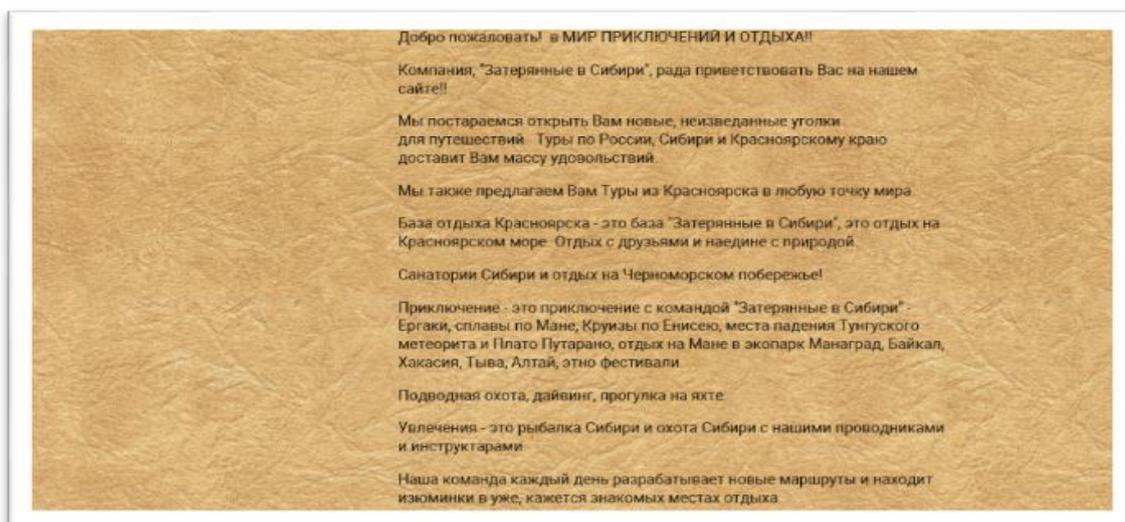
- 1) политика в области туризма;
- 2) уровень капитальных вложений в развитие инфраструктуры;
- 3) компетенция персонала тур предприятия;
- 4) гибкость системы управления.

Важными показателями качества турпродукта являются гарантия безопасности и предоставление заранее оплаченных услуг. Стандарты качества тур обслуживания определяются системой стандартизации и сертификации (ГОСТы, введенные с 95г.) Предприятие «Затерянные в Сибири» активно обслуживает 10 % потребителей потенциального рынка, которые имеют возможность делать выбор из всего многообразия предлагаемых туристских продуктов, в том числе и конкурирующими фирмами. Однако турфирма, не останавливаясь на достигнутом, постоянно изыскивает новые возможности для освоения новых рынков потребителей туристского продукта.

Приложение Д.

Официальный сайт ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»





Приложение Е

Устав предприятия ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»

26448/1

x

«УТВЕРЖДЕН»
Протоколом №1 общего собрания учредителей
ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»
от «02» ноября 2015г.

 Воротынцева Н.В.
 Лазарева Н.Я.

У С Т А В
общества с ограниченной ответственностью
«ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»

Красноярск, 2015 г.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Общество с ограниченной ответственностью «**ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ**», именуемое в дальнейшем "Общество", создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом "Об обществах с ограниченной ответственностью".

1.2. Общество является юридическим лицом и строит свою деятельность на основании настоящего Устава и действующего законодательства Российской Федерации.

1.3. Полное фирменное наименование Общества на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «**ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ**», сокращенное фирменное наименование:

ООО «ЗАТЕРЯННЫЕ В СИБИРИ»,

полное фирменное наименование Общества на английском языке: Limited Liability Company «**LOST IN SIBERIA**», сокращенное фирменное наименование:

LLC «LOST IN SIBERIA»

1.4. Общество является коммерческой организацией.

1.5. Общество вправе в установленном порядке открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами. Общество имеет круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском и английском языках и указание на его место нахождения. Общество имеет штампы и бланки со своим наименованием, собственную эмблему и другие средства визуальной идентификации.

1.6. Общество является собственником принадлежащего ему имущества и денежных средств и отвечает по своим обязательствам собственным имуществом. Участники имеют предусмотренные законом и Уставом Общества обязательственные права по отношению к Обществу.

1.7. Участники отвечают по обязательствам Общества в пределах своих вкладов в уставный капитал.

1.8. Российская Федерация, субъекты Российской Федерации и муниципальные образования не несут ответственности по обязательствам Общества, равно как и Общество не несет ответственности по обязательствам Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

1.9. Принятие новых участников в состав Общества осуществляется по решению Общего собрания участников.

1.10. Место нахождения Общества:

Россия, Красноярский край, г. Красноярск.

Место нахождения Общества определяется местом его государственной регистрации.

1.11. Общество зарегистрировано на неопределенный срок.

2. ЦЕЛИ И ПРЕДМЕТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. Целями деятельности Общества является извлечение прибыли из деятельности, осуществляемой обществом.

2.2. Общество вправе осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные законом. Предметом деятельности Общества является:

- туристическая деятельность;
- деятельность в области права, бухгалтерского учета и аудита;
- консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления предприятием;
- деятельность гостиниц и ресторанов;
- дополнительное образование детей, образование для взрослых;
- торгово-закупочная деятельность;
- посредническая деятельность;

- открытие и эксплуатация торговых точек, торговых домов, оптовых баз;
- оказание услуг по хранению различных видов товаров и грузов;
- организация зрелищных и развлекательных мероприятий;
- организация общественного питания, открытие кафе, ресторанов;
- организация бытового обслуживания;
- маркетинговые исследования, консультации по вопросам коммерческой деятельности, финансов и управления, оказание представительских услуг, в том числе зарубежным фирмам на территории страны;
- осуществление бартерных операций;
- аренда, приобретение торговых, складских, производственных и иных помещений, зданий, оборудования, необходимых для осуществления хозяйственной деятельности;
- консультационные и информационные услуги;
- организация учебного процесса по подготовке и повышению квалификации кадров, проведение и финансирование семинаров, стажировок, практик, деловых и ознакомительных поездок за рубеж;
- благотворительная деятельность.

2.3. Все вышеперечисленные виды деятельности осуществляются в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации. Отдельными видами деятельности, перечень которых определяется специальными федеральными законами, Общество может заниматься только при получении специального разрешения (лицензии).

Если условиями предоставления специального разрешения (лицензии) на занятие определенным видом деятельности предусмотрено требование о занятии такой деятельностью как исключительной, то Общество в течение срока действия специального разрешения (лицензии) не вправе осуществлять иные виды деятельности, за исключением видов деятельности, предусмотренных специальным разрешением (лицензией) и им сопутствующих.

2.4. Общество осуществляет внешнеэкономическую деятельность в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

2.5. Для достижения целей своей деятельности Общество может приобретать права, исполнять обязанности и осуществлять любые действия, которые не будут противоречить действующему законодательству РФ и настоящему Уставу.

2.6. Общество осуществляет свою деятельность на основании любых, за исключением запрещенных законодательством, операций, в том числе путем:

- проведения работ и оказания услуг по заказам юридических лиц и граждан как в России, так и за рубежом на основании заключенных договоров или в инициативном порядке на условиях, определяемых договоренностью сторон;
- поставок продукции, выполнения работ, оказания услуг в кредит, оказания финансовой или иной помощи на условиях, определенных договоренностью сторон;
- участия в деятельности других юридических лиц путем приобретения их акций, внесения паевых взносов;
- создания совместных юридических лиц с иностранными юридическими лицами и гражданами в соответствии с действующим законодательством РФ;
- осуществления совместной деятельности с другими юридическими лицами для достижения общих целей.

3. ПРАВОВОЙ СТАТУС ОБЩЕСТВА

3.1. Общество считается созданным как юридическое лицо с момента его государственной регистрации в установленном порядке.

3.2. Общество для достижения целей своей деятельности вправе осуществлять любые имущественные и личные неимущественные права, предоставляемые законодательством обществам с ограниченной ответственностью, от своего имени совершать любые допустимые законом сделки, быть истцом и ответчиком в суде.

3.3. Общество является собственником имущества, приобретенного в процессе его хозяйственной деятельности.

Общество осуществляет владение, пользование и распоряжение находящимся в его собственности имуществом по своему усмотрению в соответствии с целями своей деятельности и назначением имущества.

3.4. Имущество Общества учитывается на его самостоятельном балансе.

3.5. Общество имеет право пользоваться кредитом в рублях и в иностранной валюте.

3.6. Общество отвечает по своим обязательствам всеми своими активами.

Общество не отвечает по обязательствам государства и участников Общества. Государство не отвечает по обязательствам Общества. Участники Общества отвечают по обязательствам Общества в пределах своих вкладов в уставный капитал. Участники, внесшие вклады не полностью, несут солидарную ответственность по обязательствам Общества в размере неоплаченной доли.

3.7. В случае несостоятельности (банкротства) Общества по вине его участников или по вине других лиц, которые имеют право давать обязательные для Общества указания либо иным образом имеют возможность определять его действия, на указанных участников или других лиц в случае недостаточности имущества может быть возложена субсидиарная ответственность по его обязательствам.

3.8. Общество вправе иметь дочерние и зависимые общества с правами юридического лица.

3.9. Общество может создавать филиалы и открывать представительства на территории Российской Федерации и за рубежом. Филиалы и представительства учреждаются Общим собранием участников и действуют в соответствии с Положениями о них. Положения о филиалах и представительствах утверждаются Общим собранием участников.

3.10. Создание филиалов и представительств за границей регулируется законодательством Российской Федерации и соответствующих государств.

3.11. Филиалы и представительства не являются юридическими лицами и наделяются основными и оборотными средствами за счет Общества.

3.12. Филиалы и представительства осуществляют деятельность от имени Общества.

Общество несет ответственность за деятельность своих филиалов и представительств.

Руководители филиалов и представительств назначаются Директором Общества и действуют на основании выданных Обществом доверенностей.

Доверенности руководителям филиалов и представительств от имени Общества выдает Директор или иное уполномоченное лицо, его замещающее.

3.13. Зависимые и дочерние общества на территории Российской Федерации* создаются в соответствии с законодательством Российской Федерации, а за пределами территории России - в соответствии с законодательством иностранного государства по месту нахождения дочернего или зависимого общества, если иное не предусмотрено международным договором Российской Федерации. Основания, по которым общество признается дочерним (зависимым), устанавливаются законом.

3.14. Дочернее общество не отвечает по долгам основного Общества. Основное Общество, которое имело право давать дочернему обществу обязательные для него указания, отвечает солидарно с дочерним обществом по сделкам, заключенным последним во исполнение таких указаний. В случае несостоятельности (банкротства) дочернего общества по вине основного Общества последнее несет при недостаточности имущества дочернего общества субсидиарную ответственность по его долгам.

3.15. Общество самостоятельно планирует свою производственно-хозяйственную деятельность, а также социальное развитие коллектива. Основу планов составляют договоры, заключаемые с потребителями услуг Общества, а также поставщиками материально-технических и иных ресурсов.

3.16. Выполнение работ и предоставление услуг осуществляются по ценам и тарифам, устанавливаемым Обществом самостоятельно.

3.17. Общество имеет право:

- в порядке, установленном законом, участвовать в деятельности и создавать в Российской Федерации и других странах хозяйственные общества и другие предприятия и организации с правами юридического лица;

- участвовать в ассоциациях и объединениях других видов;

- участвовать в деятельности и сотрудничать в любой иной форме с международными общественными, кооперативными и иными организациями;

- приобретать и реализовывать продукцию (работы, услуги) других обществ, предприятий, объединений и организаций, а также иностранных фирм как в Российской Федерации, так и за рубежом в соответствии с действующим законодательством;

- осуществлять иные права и исполнять другие обязанности в соответствии с действующим

законодательством РФ.

3.18. Общество вправе привлекать для работы российских и иностранных специалистов, самостоятельно определяя формы, размеры и виды оплаты труда.

3.19. Общество в целях реализации технической, социальной, экономической и налоговой политики несет ответственность за сохранность документов (управленческих, финансово-хозяйственных, по личному составу и др.); обеспечивает передачу на государственное хранение документов, имеющих научно-историческое значение, в государственные архивные учреждения в соответствии с действующим законодательством; хранит и использует в установленном порядке документы по личному составу.

3.20. Для достижения целей своей деятельности Общество может приобретать права, принимать обязанности и осуществлять любые действия, не запрещенные законодательством.

Деятельность Общества не ограничивается оговоренной в Уставе. Сделки, выходящие за пределы уставной деятельности, но не противоречащие закону, являются действительными.

4. УСТАВНЫЙ КАПИТАЛ

4.1. Уставный капитал Общества определяет минимальный размер имущества, гарантирующий интересы его кредиторов, и составляет 10000 (десять тысяч) рублей.

Максимальный размер доли участника не ограничен. Соотношение долей участников может быть изменено.

4.2. Участники вносят не менее 50% своей доли в уставный капитал в момент регистрации Общества. Каждый участник Общества должен полностью внести свой вклад не позднее одного года с момента государственной регистрации Общества.

4.3. Имущество, переданное исключенным или вышедшим из Общества участником в пользование Обществу в качестве вклада в уставный капитал, остается в пользовании Общества в течение срока, на который оно было передано, если иное не предусмотрено Учредительным договором об учреждении Общества.

4.4. Отношения Участников с Обществом и между собой, а также другие вопросы, вытекающие из права Участника на долю в имуществе Общества, регулируются законодательством и настоящим Уставом.

4.5. Уставный капитал Общества может быть увеличен за счет имущества Общества и (или) за счет дополнительных вкладов участников Общества и (или) за счет вкладов третьих лиц, принимаемых в общество.

4.6. Увеличение уставного капитала Общества допускается только после его полной оплаты. При этом решение об увеличении уставного капитала Общества принимается большинством не менее 2/3 от общего числа голосов. Таким решением должна быть определена общая стоимость дополнительных вкладов, а также установлено единое для всех участников Общества соотношение между стоимостью дополнительного вклада участника Общества и суммой, на которую увеличивается номинальная стоимость его доли. Указанное соотношение устанавливается исходя из того, что номинальная стоимость доли участника Общества может увеличиваться на сумму, равную или меньшую стоимости его дополнительного вклада.

4.6.1. Срок внесения дополнительных вкладов участниками Общества составляет 2 месяца.

4.7. Общее собрание участников Общества может принять решение об увеличении его уставного капитала на основании заявления участника Общества (заявлений участников Общества) о внесении дополнительного вклада и (или) заявления третьего лица (заявлений третьих лиц) о принятии его в Общество и внесении вклада. Такое решение принимается участниками Общества единогласно. В заявлении участника (участников) Общества и в заявлении третьего лица должны быть указаны размер и состав вклада, порядок и срок его внесения, а также размер доли, которую участник Общества или третье лицо хотели бы иметь в уставном капитале Общества. В заявлении могут быть указаны и иные условия внесения вкладов и вступления в Общество.

4.7.1. Внесение дополнительных вкладов участниками Общества и вкладов третьими лицами должно быть осуществлено не позднее чем в течение шести месяцев со дня принятия общим собранием участников Общества предусмотренных настоящим пунктом решений.

4.8. Общество вправе, а в случаях, предусмотренных федеральным законом, обязано уменьшить свой уставный капитал. Уменьшение уставного капитала Общества может осуществляться путем уменьшения номинальной стоимости долей всех участников Общества в

уставном капитале Общества и (или) погашения долей, принадлежащих Обществу.

Общество не вправе уменьшать свой уставный капитал, если в результате такого уменьшения его размер станет меньше минимального размера уставного капитала, определенного в соответствии с федеральным законом, на дату представления документов для государственной регистрации.

4.9. В случае неполной оплаты уставного капитала Общества в течение года с момента его государственной регистрации Общество должно объявить об уменьшении своего уставного капитала до фактически оплаченного его размера и зарегистрировать его уменьшение в установленном порядке или принять решение о ликвидации Общества.

4.10. В течение 30 (тридцати) дней с даты принятия решения об уменьшении своего уставного капитала Общество обязано письменно уведомить об уменьшении уставного капитала Общества и о его новом размере всех известных ему кредиторов Общества, а также опубликовать в органе печати, в котором публикуются данные о государственной регистрации юридических лиц.

4.11. Уменьшение уставного капитала Общества путем уменьшения номинальной стоимости долей всех участников Общества должно осуществляться с сохранением размеров долей всех участников Общества.

4.12. Не допускается освобождение участника Общества от обязанности внесения вклада в уставный капитал Общества, в том числе путем зачета требований к Обществу.

4.13. Количество голосов, которыми обладает участник, прямо пропорционально принадлежащей ему доле. Доли, принадлежащие Обществу, не учитываются при определении результатов голосования на Общем собрании участников Общества, а также при распределении прибыли и имущества Общества в случае его ликвидации.

5. ВЫПУСК ОБЛИГАЦИЙ

5.1. Общество вправе размещать облигации и иные эмиссионные ценные бумаги в порядке, установленном законодательством о ценных бумагах.

Выпуск облигаций Обществом допускается после полной оплаты его уставного капитала.

5.2. Облигация должна иметь номинальную стоимость. Номинальная стоимость всех выпущенных Обществом облигаций не должна превышать размер уставного капитала Общества и (или) величину обеспечения, предоставленного Обществу для этих целей третьими лицами. При отсутствии обеспечения, предоставленного третьими лицами, выпуск облигаций допускается не ранее третьего года существования Общества и при условии надлежащего утверждения годовой бухгалтерской отчетности за два завершённых финансовых года. Указанные ограничения не применяются для выпусков облигаций с ипотечным покрытием и в иных случаях, установленных федеральными законами о ценных бумагах.

6. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ УЧАСТНИКОВ

6.1. Участник обязан:

6.1.1. оплачивать доли в уставном капитале Общества в порядке, в размерах и в сроки, которые предусмотрены настоящим уставом и договором об учреждении Общества. Часть прибыли начисляется участнику с момента фактической оплаты 100% своей доли в уставном капитале.

6.1.2. Соблюдать требования Устава, условия договора об учреждении Общества, выполнять решения органов управления Общества, принятые в рамках их компетенции.

6.1.3. Не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности Общества.

6.1.4. Немедленно сообщать Директору о невозможности оплатить заявленную долю в уставном капитале Общества.

6.1.5. Беречь имущество Общества.

6.1.6. Выполнять принятые на себя обязательства по отношению к Обществу и другим участникам.

6.1.7. Оказывать содействие Обществу в осуществлении им своей деятельности.

6.1.8. Выполнять иные возложенные дополнительные обязанности на всех участников Общества по решению Общего собрания участников Общества, принятому единогласно. Выполнять также другие дополнительные обязанности, возложенные на определенного участника

по решению Общего собрания участников Общества, принятому большинством не менее двух третей голосов от общего числа голосов, при условии, если участник Общества, на которого возлагаются такие обязанности, голосовал за принятие такого решения или дал письменное согласие. Дополнительные обязанности, возложенные на определенного участника Общества, в случае отчуждения его доли или части доли к приобретателю доли или части доли не переходят. Дополнительные обязанности могут быть прекращены по решению Общего собрания участников Общества, принятому всеми участниками Общества единогласно.

6.1.9. Информировать своевременно Общество об изменении сведений о своем имени или наименовании, месте жительства или месте нахождения, а также сведений о принадлежащих ему долях в уставном капитале Общества. В случае непредставления участником Общества информации об изменении сведений о себе Общество не несет ответственность за причиненные в связи с этим убытки.

6.2. Участник имеет право:

6.2.1. Участвовать в управлении делами Общества, в том числе путем участия в Общих собраниях участников, лично либо через своего представителя.

6.2.2. Получать информацию о деятельности Общества и знакомиться с его бухгалтерскими книгами и иной документацией.

6.2.3. Принимать участие в распределении прибыли.

6.2.4. Избирать и быть избранным в органы управления и контрольные органы Общества.

6.2.5. Знакомиться с протоколами Общего собрания и делать выписки из них.

6.2.6. Получать в случае ликвидации Общества часть имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами, или его стоимость.

6.2.7. Обжаловать в соответствующие органы Общества действия должностных лиц Общества.

6.2.8. Вносить предложения по повестке дня, отнесенные к компетенции Общего собрания участников.

6.2.9. Выйти из Общества путем отчуждения доли Обществу независимо от согласия других его участников или Общества с выплатой ему действительной стоимости его доли или выдачей ему в натуре имущества такой же стоимости с согласия этого участника Общества.

6.2.10. Пользоваться иными правами (дополнительными правами), предоставляемыми участнику (участникам) общества с ограниченной ответственностью законодательством РФ.

6.3. Число участников Общества не должно быть более пятидесяти.

6.4. Любые соглашения участников Общества, направленные на ограничение прав любого другого участника, по сравнению с правами, предоставляемыми действующим законодательством РФ, ничтожны.

6.5. Участник Общества вправе продать или осуществить отчуждение иным образом своей доли или части доли в уставном капитале Общества одному или нескольким участникам данного Общества. Согласие других участников общества или Общества на совершение такой сделки не требуется.

6.6. Участники Общества пользуются преимущественным правом покупки доли или части доли участника Общества по цене предложения третьему лицу пропорционально размерам своих долей

6.7. При продаже доли или части доли с нарушением преимущественного права покупки любой участник или участники Общества либо Общество вправе в течение трех месяцев с момента, когда участник или участники Общества, либо Общество узнали либо должны были узнать о таком нарушении, потребовать в судебном порядке перевода на них прав и обязанностей покупателя.

6.8. Уступка указанных преимущественных прав покупки доли или части доли в уставном капитале Общества не допускается.

6.9. Доля участника Общества может быть отчуждена до полной ее оплаты только в части, в которой она оплачена.

6.10. Участник общества, намеренный продать свою долю или часть доли третьему лицу, обязан известить в письменной форме об этом остальных участников Общества и само Общество путем направления через Общество за свой счет оферты, адресованной этим лицам и содержащей указание цены и других условий продажи. Оферта о продаже доли или части доли считается полученной всеми участниками Общества в момент ее получения Обществом. Оферта считается неполученной, если в срок не позднее дня ее получения Обществом участнику Общества

поступило извещение о ее отзыве.

Отзыв оферты о продаже доли или части доли после ее получения обществом допускается только с согласия всех участников общества.

6.11. Участники Общества и Общество вправе воспользоваться преимущественным правом покупки доли или части доли в течение тридцати дней с даты получения оферты Обществом.

6.12. В случае, если в течение тридцати дней с даты получения оферты Обществом участники Общества или Общество не воспользуются преимущественным правом покупки доли или части доли, предлагаемых для продажи, в том числе образующихся в результате использования преимущественного права покупки не всей доли или не всей части доли либо отказа отдельных участников Общества и Общества от преимущественного права покупки доли или части доли, оставшиеся доля или часть доли могут быть проданы третьему лицу по цене, которая не ниже установленной в оферте для Общества и его участников цены, и на условиях, которые были сообщены Обществу и его участникам.

6.13. Доли в уставном капитале Общества переходят к наследникам граждан и к правопреемникам юридических лиц, являвшихся участниками Общества.

6.14. Согласие участников Общества и Общества на переход доли или части доли к третьему лицу считается полученным при условии, что всеми участниками Общества в течение тридцати дней со дня получения соответствующего обращения или оферты Обществом в Общество представлены составленные в письменной форме заявления о согласии на отчуждение доли или части доли либо в течение указанного срока не представлены составленные в письменной форме заявления об отказе от дачи согласия на отчуждение или переход доли или части доли.

6.15. Сделка, направленная на отчуждение доли или части доли, подлежит обязательному нотариальному удостоверению, за исключением случаев указанных в ст. ст. 23, 24, п. 2 ст. 26 ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью".

6.16. Заключение сделки купли-продажи доли или части доли является основанием для внесения изменений в Устав Общества в части, определяющей перечень участников Общества и размеры принадлежащих им долей.

К приобретателю доли или части доли в уставном капитале Общества переходят все права и обязанности участника Общества, возникшие до уступки указанной доли или части доли, за исключением прав и обязанностей, предусмотренных абзацем вторым п. 2 ст. 8 и абзацем вторым п. 2 ст. 9 ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью".

Участник, уступивший свою долю или часть доли в уставном капитале Общества, несет перед Обществом обязанность по внесению вклада в имущество, возникшую до уступки указанной доли или части доли, солидарно с ее приобретателем.

6.17. Участник Общества вправе передать в залог принадлежащую ему долю или часть доли другому участнику Общества или с согласия Общего собрания участников Общества третьему лицу. При этом решение Общего собрания участников Общества о даче согласия на залог доли или части доли принимается большинством голосов всех участников Общества. Голос участника Общества, который намерен передать в залог свою долю или часть доли, при определении результатов голосования не учитывается.

6.18. Общество не вправе приобретать доли или части долей в своем уставном капитале, за исключением случаев, предусмотренных законом.

6.19. В случае обращения взыскания на долю или часть доли участника Общества в уставном капитале Общества по долгам участника Общество вправе выплатить кредиторам действительную стоимость доли или части доли участника Общества.

По решению общего собрания участников Общества, принятому всеми участниками Общества единогласно, действительная стоимость доли или части доли участника Общества, на имущество которого обращается взыскание, может быть выплачена кредиторам остальными участниками Общества пропорционально их долям в уставном капитале Общества..

6.20. Участники Общества вносят вклады в имущество Общества добровольно. Вклады в имущество Общества вносятся пропорционально доле каждого участника Общества. Максимальная стоимость вкладов не ограничена.

Вклады в имущество Общества вносятся деньгами, ценными бумагами, другими вещами или имущественными правами либо иными правами, имеющими денежную оценку.

6.21. Вклады в имущество Общества не изменяют размер и номинальную стоимость долей участников Общества в уставном капитале Общества.

6.22. Преимущественное право покупки доли или части доли в уставном капитале Общества

у участника и преимущественное право покупки Обществом доли или части доли у Общества прекращаются в день:

- представления составленного в письменной форме заявления об отказе от использования данного преимущественного права в порядке, предусмотренном настоящим пунктом;
- истечения срока использования данного преимущественного права.

Заявления участников Общества об отказе от использования преимущественного права покупки доли или части доли должны поступить в Общество до истечения срока осуществления указанного преимущественного права, установленного в соответствии с п. 6.11 настоящего устава. Заявление Общества об отказе от использования предусмотренного уставом преимущественного права покупки доли или части доли в уставном капитале Общества представляется в срок тридцать дней участнику общества, направившему оферту о продаже доли или части доли, единоличным исполнительным органом Общества, если решение этого вопроса не отнесено уставом общества к компетенции иного органа общества.

7. ПОРЯДОК ВЫХОДА УЧАСТНИКА ИЗ ОБЩЕСТВА

7.1. Участник Общества вправе выйти из Общества путем отчуждения доли Обществу независимо от согласия других его участников или Общества.

7.2. При выходе из Общества участник подает соответствующее письменное заявление Директору Общества.

Заявление участника является свидетельством его выхода из Общества. Доля или часть доли участника Общества переходит к Обществу с даты получения Обществом указанного заявления участника Общества о выходе из Общества.

7.3. Общество обязано выплатить участнику Общества действительную стоимость его доли или части доли в уставном капитале Общества либо выдать ему в натуре имущество такой же стоимости в течение трех месяцев со дня возникновения соответствующей обязанности.

7.4. Выход участников Общества из Общества, в результате которого в Обществе не остается ни одного участника, а также выход единственного участника Общества из Общества не допускается.

7.5. Выход участника Общества из Общества не освобождает его от обязанности перед Обществом по внесению вклада в имущество Общества, возникшей до подачи заявления о выходе из Общества.

8. ИСКЛЮЧЕНИЕ УЧАСТНИКА ИЗ ОБЩЕСТВА

8.1. Участники Общества, доли которых в совокупности составляют не менее чем 10% (десять процентов) уставного капитала Общества, вправе потребовать в судебном порядке исключения из Общества участника, который грубо нарушает свои обязанности либо своими действиями (бездействием) делает невозможной деятельность Общества или существенно ее затрудняет.

9. УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВОМ. ОБЩЕЕ СОБРАНИЕ УЧАСТНИКОВ

9.1. Высшим органом Общества является Общее собрание Участников.

Один раз в год Общество проводит годовое Общее собрание. Проводимые помимо годового Общие собрания Участников являются внеочередными.

Руководство текущей деятельностью Общества осуществляет единоличный исполнительный орган - Директор.

9.2. К компетенции Общего собрания участников относятся:

9.2.1. Определение основных направлений деятельности Общества, а также принятие решения об участии в ассоциациях и других объединениях коммерческих организаций.

9.2.2. Изменение Устава Общества, в том числе изменение размера уставного капитала Общества, утверждение новой редакции Устава.

9.2.3. Избрание Директора и досрочное прекращение его полномочий, установление размеров выплачиваемых ему вознаграждений и компенсаций, а также принятие решения о передаче полномочий Директора управляющему, утверждение такого управляющего и условий договора с ним.

9.2.4. Утверждение годовых отчетов и годовых бухгалтерских балансов.

9.2.5. Принятие решения о распределении чистой прибыли Общества между участниками

Общества.

9.2.6. Утверждение документов, регулирующих внутреннюю деятельность Общества.

9.2.7. Принятие решения о размещении Обществом облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг.

9.2.8. Избрание членов Ревизионной комиссии, назначение аудиторской проверки, утверждение аудитора и определение размера оплаты его услуг.

9.2.9. Принятие решения о реорганизации или ликвидации Общества.

9.2.10. Назначение ликвидационной комиссии и утверждение ликвидационных балансов.

9.2.11. Утверждение Положений о Директоре и Ревизионной комиссии Общества.

9.2.12. Утверждение денежной оценки не денежных вкладов в уставный капитал, вносимых участниками Общества или принимаемыми в Общество третьими лицами.

9.2.13. Решение об одобрении Обществом сделки, в совершении которой имеется заинтересованность согласно ст. 45 Федерального закона "Об обществах с ограниченной ответственностью", а также решение об одобрении крупной сделки согласно ст. 46 Федерального закона "Об обществах с ограниченной ответственностью".

9.2.14. Распределение доли, принадлежащей Обществу, между участниками Общества или продажа доли, принадлежащей Обществу, некоторым участникам Общества или третьим лицам.

9.2.15. Выплата действительной стоимости имущества участниками Общества при обращении взыскания на долю в уставном капитале одного из участников Общества.

9.2.16. Решение вопросов, отнесенных к исключительной компетенции Общего собрания участников, не может быть передано исполнительному органу.

Общее собрание участников общества вправе принимать решения только по вопросам повестки дня, сообщенным участникам Общества в установленном порядке, за исключением случаев, если в данном Общем собрании участвуют все участники Общества.

9.3. Решения по вопросам, предусмотренным п. 9.2.2 принимаются большинством не менее 2/3 голосов от общего числа голосов участников Общества.

Решения по вопросам, предусмотренным п. 9.2.9, принимаются участниками (представителями участников) единогласно.

Решения по остальным вопросам принимаются участниками (представителями участников) большинством голосов от общего числа голосов, если иное не предусмотрено настоящим уставом или законодательством РФ.

9.4. Общее собрание открывается Директором Общества (или в предусмотренных законом случаях - иное лицо).

9.5. Собрание ведет Председатель Общего собрания участников, выбранный из состава участников Общества.

9.6. Решения Общего собрания участников принимаются открытым голосованием.

Голосование на Общем собрании проводится закрыто (тайно), если этого требуют участники (представители участников), обладающие не менее чем 10% голосов от общего числа голосов, которыми обладают присутствующие на собрании участники (представители участников).

9.7. Решение Общего собрания участников, принятое с нарушением требований федеральных законов, иных правовых актов РФ, Устава Общества и нарушающее права и законные интересы участника Общества, может быть признано судом недействительным по заявлению участника Общества, не принимавшего участия в голосовании или голосовавшего против оспариваемого решения.

9.8. Если не собран кворум, то собрание распускается. Повторное собрание назначается не позднее чем через 30 дней.

9.9. Между годовыми собраниями должно пройти не более 15 месяцев.

9.10. Директор Общества утверждает повестку дня и организует подготовку к проведению Общих собраний участников Общества. Директор Общества обязан известить участников о дате и месте проведения Общего собрания участников, повестке дня, обеспечить ознакомление участников с документами и материалами, выносимыми на рассмотрение Общего собрания участников, и осуществить другие необходимые действия не позднее, чем за 30 дней до даты проведения собрания.

9.11. Сообщение участникам о проведении Общего собрания участников осуществляется путем направления им заказного письма, которое должно содержать все необходимые сведения, предусмотренные Федеральным законом РФ "Об обществах с ограниченной ответственностью".

9.12. К информации и материалам, подлежащим предоставлению участникам Общества при

подготовке Общего собрания участников, относится годовой отчет Общества, заключение Ревизионной комиссии (Ревизора) Общества и аудитора по результатам проверки годовых отчетов и годовых бухгалтерских балансов Общества; сведения о кандидате (кандидатах) на должность Директора, в Ревизионную комиссию (Ревизоры) Общества; проект изменений и дополнений, вносимых в Устав Общества, или Устав Общества в новой редакции; проекты внутренних документов Общества, а также иная информация (материалы), предусмотренная Уставом.

Указанные информация и материалы в течение тридцати дней до проведения Общего собрания участников Общества должны быть предоставлены всем участникам Общества для ознакомления в помещении исполнительного органа Общества. Общество обязано по требованию участника Общества предоставить ему копии указанных документов. Плата, взимаемая Обществом за предоставление данных копий, не может превышать затраты на их изготовление.

9.13. Любой участник Общества вправе вносить предложения о включении в повестку дня Общего собрания участников Общества дополнительных вопросов не позднее, чем за 15 (пятнадцать) дней до его проведения. В этом случае орган или лица, созывающие собрание, обязаны не позднее, чем за 10 (десять) дней до его проведения уведомить всех участников Общества заказным письмом.

9.14. Внеочередные собрания созываются Директором по его инициативе, по требованию Ревизионной комиссии, аудитора, а также участников, обладающих в совокупности не менее чем одной десятой от общего числа голосов участников Общества.

9.15. В случае принятия решения о проведении внеочередного собрания участников Общества указанное собрание должно быть проведено не позднее 45 (сорока пяти) дней со дня получения требования о его проведении. Расходы, связанные с проведением внеочередного собрания, определяются Общим собранием участников.

9.16. Директор Общества должен в течение 5 (пяти) дней после поступления требования о созыве внеочередного Общего собрания принять решение о созыве или об отказе в созыве Общего собрания участников.

9.17. Решение Директора Общества об отказе от созыва внеочередного Общего собрания участников по требованию участников, Ревизионной комиссии (Ревизора) или аудитора может быть обжаловано в суд.

9.18. В случае если в течение 5 дней с даты предъявления требования аудитора или участников, обладающих в совокупности не менее чем одной десятой от общего числа голосов участников, не принято решение о созыве внеочередного Общего собрания участников или принято решение об отказе от его созыва, внеочередное Общее собрание может быть созвано лицами, требующими его созыва. Все расходы по созыву и проведению внеочередного Общего собрания осуществляются за счет Общества.

9.19. Решение Общего собрания участников может быть принято без проведения собрания (совместного присутствия участников Общества для обсуждения вопросов повестки дня и принятия решений по вопросам, поставленным на голосование) путем заочного голосования (опросным путем). Такое голосование может быть проведено путем обмена документами посредством почтовой, телеграфной, телетайпной, телефонной, электронной или иной связи, обеспечивающей аутентичность передаваемых и принимаемых сообщений и их документальное подтверждение.

9.20. Решение Общего собрания участников по вопросу утверждения годовых отчетов и годовых бухгалтерских балансов не может быть принято путем проведения заочного голосования.

9.21. Порядок проведения заочного голосования определяется Положением о проведении Общего собрания участников.

10. ДИРЕКТОР ОБЩЕСТВА

10.1. Единоличным исполнительным органом Общества является Директор.

10.2. Директор, не являющийся участником Общества, может участвовать в Общем собрании участников с правом совещательного голоса.

10.3. Срок полномочий Директора составляет 3(три) года. Директор может переизбираться неограниченное число раз.

10.4. Директор обязан в своей деятельности соблюдать требования действующего законодательства РФ, руководствоваться требованиями настоящего Устава, решениями органов управления Общества, принятыми в рамках их компетенции, а также заключенными Обществом договорами и соглашениями, в том числе заключенным с Обществом трудовым договором.

10.5. Директор обязан действовать в интересах Общества добросовестно и разумно. По требованию участников (участника) он обязан возместить убытки, не обусловленные обычным коммерческим риском, причиненные им Обществу, если иное не вытекает из закона или договора.

10.6. Директор руководит текущей деятельностью Общества и решает все вопросы, которые не отнесены настоящим Уставом и законом к компетенции Общего собрания участников Общества.

10.7. Трудовой договор с Директором от имени Общества подписывается лицом, председательствовавшим на Общем собрании участников Общества, на котором был избран Директор, или одним из участников Общего собрания участников Общества, уполномоченным решением Общего собрания участников Общества.

10.8. Директор:

- без доверенности действует от имени Общества, в том числе представляет его интересы и совершает сделки;
- выдает доверенности на право представительства от имени Общества, в том числе доверенности с правом передоверия;
- издает приказы о назначении на должности работников Общества, об их переводе и увольнении, применяет меры поощрения и налагает дисциплинарные взыскания;
- рассматривает текущие и перспективные планы работ;
- обеспечивает выполнение планов деятельности Общества;
- утверждает правила, процедуры и другие внутренние документы Общества, за исключением документов, утверждение которых отнесено настоящим Уставом к компетенции Общего собрания участников Общества;
- определяет организационную структуру Общества;
- обеспечивает выполнение решений Общего собрания участников;
- подготавливает материалы, проекты и предложения по вопросам, выносимым на рассмотрение Общего собрания участников;
- распоряжается имуществом Общества в пределах, установленных Общим собранием участников, настоящим Уставом и действующим законодательством;
- утверждает штатные расписания Общества, филиалов и представительств Общества;
- открывает расчетный, валютный и другие счета Общества в банковских учреждениях, заключает договоры и совершает иные сделки, выдает доверенности от имени Общества;
- утверждает договорные тарифы на услуги и продукцию Общества;
- обеспечивает организацию бухгалтерского учета и ведение отчетности;
- представляет на утверждение Общего собрания участников годовой отчет и баланс Общества;
- осуществлять иные полномочия, не отнесенные Федеральным законом "Об обществах с ограниченной ответственностью" или Уставом Общества к компетенции Общего собрания участников Общества.

10.9. В качестве единоличного исполнительного органа Общества может выступать только физическое лицо, за исключением передачи полномочий по договору управляющему. Директором может быть избран участник (представитель участника - юридического лица) Общества либо любое другое лицо, обладающее, по мнению большинства участников Общества, необходимыми знаниями и опытом.

11. УЧЕТ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

11.1. Контроль за финансово-хозяйственной деятельностью Общества осуществляется Ревизором или избранным Общим собранием аудитором, не связанным имущественными интересами с Обществом, лицом, осуществляющим функции Директора, и участниками Общества.

11.2. Ревизором может быть любой участник (представитель участника), избранный в установленном порядке Общим собранием участников, а также лицо, не являющееся участником Общества.

Ревизором не может быть Директор.

11.3. Ревизор Общества вправе в любое время проводить проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества и иметь доступ ко всей документации, касающейся деятельности Общества.

По требованию Ревизора Общества лицо, осуществляющее функции Директора, а также

работники Общества обязаны давать необходимые пояснения в устной или письменной форме.

11.4. Ревизор вправе привлекать к своей работе экспертов и консультантов, работа которых оплачивается за счет Общества.

11.5. Ревизор Общества в обязательном порядке проводит проверку годовых отчетов и бухгалтерских балансов Общества до их утверждения Общим собранием участников Общества.

Общее собрание участников не вправе утверждать годовые отчеты и бухгалтерские балансы Общества при отсутствии заключений Ревизор.

11.6. Ревизор обязана потребовать созыва внеочередного Общего собрания участников, если возникла серьезная угроза интересам Общества.

11.7. Полномочия Ревизора и порядок ее деятельности определяются настоящим Уставом и Положением о Ревизоре, утверждаемым Общим собранием участников Общества.

11.8. Общество вправе по решению Общего собрания участников привлечь профессионального аудитора, не связанного имущественными интересами с Обществом, лицом, осуществляющим функции Директора, и участниками Общества.

Аудиторская проверка может быть проведена также по требованию любого участника. В случае проведения такой проверки оплата услуг аудитора осуществляется за счет участника Общества, по требованию которого она проводится.

11.9. Привлечение аудитора для проверки и подтверждения правильности годовых отчетов и бухгалтерских балансов Общества обязательно в случаях, предусмотренных действующим законодательством.

11.10. Аудитор обязан потребовать созыва внеочередного Общего собрания участников, если возникла серьезная угроза интересам Общества.

12. ИМУЩЕСТВО, УЧЕТ И ОТЧЕТНОСТЬ

12.1. Имущество Общества образуется за счет вкладов в уставный капитал, а также за счет иных источников, предусмотренных действующим законодательством РФ. В частности, источниками образования имущества Общества являются:

- уставный капитал Общества;
- доходы, получаемые от оказываемых Обществом услуг;
- кредиты банков и других кредиторов;
- вклады участников;
- безвозмездные или благотворительные взносы и пожертвования организаций, предприятий, граждан;
- иные источники, не запрещенные законодательством.

Имущество, переданное участником Общества в пользование Обществу для оплаты своей доли, в случае выхода или исключения такого участника из Общества остается в пользовании Общества в течение срока, на который данное имущество было передано, если иное не предусмотрено договором об учреждении Общества.

12.2. Общество вправе образовывать иные фонды, отчисления в которые осуществляются в размерах и порядке, установленных Общим собранием участников.

12.3. Имущество Общества может быть изъято только по вступившему в законную силу решению суда.

12.4. Общество может объединить часть своего имущества с имуществом иных юридических лиц для совместного производства товаров, выполнения работ и оказания услуг, а также в иных целях, не запрещенных законом.

12.5. Общество осуществляет учет результатов работ, ведет оперативный, бухгалтерский и статистический учет по нормам, действующим в Российской Федерации.

12.6. Организацию документооборота в Обществе осуществляет Директор.

12.7. По месту своего нахождения исполнительного органа Общество хранит следующие документы:

- договор об учреждении Общества, решение об учреждении Общества, устав Общества, а также внесенные в Устав Общества и зарегистрированные в установленном порядке изменения;
- протокол (протоколы) Общего собрания учредителей Общества, содержащий решение о создании Общества и об утверждении денежной оценки не денежных вкладов в уставный капитал, а также иные решения, связанные с созданием Общества;
- документ, подтверждающий государственную регистрацию Общества;

- документы, подтверждающие права Общества на имущество, находящееся на его балансе;
- внутренние документы;
- Положения о филиалах и представительствах;
- документы, связанные с эмиссией облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг;
- протоколы Общих собраний участников и Ревизора, аудитора;
- заключения аудитора, государственных и муниципальных органов финансового контроля;
- иные документы, предусмотренные федеральными законами и иными правовыми актами РФ, Уставом Общества, внутренними документами, решениями Общего собрания участников и исполнительного органа Общества.

Местом нахождения исполнительного органа считается место государственной регистрации Общества.

12.8. Перечисленные в п. 12.7 настоящего Устава документы должны быть доступны для ознакомления участникам Общества, а также другим заинтересованным лицам в любой рабочий день. Ознакомление с документами, относящимися к коммерческой тайне, регулируется Положением, утверждаемым Общим собранием участников.

12.9. Общество обязано в случае публичного размещения облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг ежегодно публиковать годовые отчеты и бухгалтерские балансы.

12.10. Финансовый год Общества совпадает с календарным годом.

12.11. Директор и главный бухгалтер Общества несут личную ответственность за соблюдение порядка ведения, достоверность учета и отчетности.

13. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ

13.1. Решение о распределении прибыли принимает Общее собрание участников.

13.1.1. Общество вправе ежеквартально принимать решение о распределении своей чистой прибыли между участниками Общества.

13.2. Часть чистой прибыли, подлежащей распределению, распределяется одним из следующих способов:

- пропорционально доле каждого участника Общества,
- в зависимости от степени участия каждого участника в работе органов Общества,
- в зависимости от конкретных условий, связанных с получением Обществом прибыли (размеров прибыли, сроков реализации продукции и т.п.),
- в соответствии с точным определением доли каждого участника Общества в соответствии с решением, принятым на общем собрании участников Общества.

13.3. Общество не вправе принимать решение о распределении своей прибыли между участниками Общества:

- до полной оплаты всего уставного капитала Общества;
- до выплаты действительной стоимости доли или части доли участника Общества в случаях, предусмотренных федеральным законом;
- если на момент принятия такого решения Общество отвечает признакам несостоятельности (банкротства) в соответствии с Федеральным законом "О несостоятельности (банкротстве)" или если указанные признаки появятся у Общества в результате принятия такого решения;
- если на момент принятия такого решения стоимость чистых активов Общества меньше его уставного капитала и резервного фонда или станет меньше их размера в результате принятия такого решения;
- в иных случаях, предусмотренных федеральными законами.

13.4. Общество не вправе выплачивать участникам прибыль, решение о распределении которой было принято, если:

- на момент принятия такого решения Общество отвечает признакам несостоятельности (банкротства) или если указанные признаки проявятся у Общества в результате принятия такого решения;
- на момент принятия такого решения стоимость чистых активов Общества меньше его уставного капитала и резервного фонда или станет меньше их размера в результате принятия такого решения;
- в иных случаях, предусмотренных настоящим Уставом и действующим законодательством РФ.

По прекращении указанных в настоящем пункте обстоятельств Общество обязано выплатить

участникам Общества прибыль, решение о распределении которой между участниками Общества принято.

14. ЛИКВИДАЦИЯ И РЕОРГАНИЗАЦИЯ

14.1. Общество может быть добровольно реорганизовано в порядке, предусмотренном законодательством РФ. Реорганизация Общества может быть осуществлена в форме слияния, присоединения, разделения, выделения и преобразования. При реорганизации вносятся соответствующие изменения в Устав Общества.

14.2. Не позднее тридцати дней с даты принятия решения о реорганизации Общества, а при реорганизации Общества в форме слияния или присоединения с даты принятия решения об этом последним из обществ, участвующих в слиянии или присоединении, Общество обязано письменно уведомить об этом всех известных ему кредиторов Общества и опубликовать в органе печати, в котором публикуются данные о государственной регистрации юридических лиц, сообщение о принятом решении.

При этом кредиторы Общества в течение тридцати дней с даты направления им уведомлений или в течение тридцати дней с даты опубликования сообщения о принятом решении вправе письменно потребовать досрочного прекращения или исполнения соответствующих обязательств Общества и возмещения им убытков.

14.3. Реорганизация Общества осуществляется в порядке, определяемом действующим законодательством РФ.

14.4. Общество может быть ликвидировано добровольно либо по решению суда по основаниям, предусмотренным Гражданским кодексом РФ.

Решение общего собрания участников Общества о добровольной ликвидации Общества и назначении ликвидационной комиссии принимается по предложению Совета директоров Общества, Директора Общества или участника Общества.

Общее собрание участников добровольно ликвидируемого Общества принимает решение о ликвидации общества и назначении ликвидационной комиссии.

14.5. Ликвидация Общества влечет за собой его прекращение без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам.

14.6. Решение о добровольной ликвидации Общества и назначении ликвидационной комиссии принимается общим собранием по предложению Директора или участника Общества.

14.7. Общее собрание участников обязано незамедлительно письменно сообщить органу, осуществляющему государственную регистрацию, о принятии решения о ликвидации Общества для внесения в Единый государственный реестр юридических лиц сведений о том, что Общество находится в процессе ликвидации.

14.8. Общее собрание участников устанавливает в соответствии с законодательством порядок и сроки ликвидации Общества, назначает ликвидационную комиссию в составе Председателя, Секретаря и членов ликвидационной комиссии. Число членов ликвидационной комиссии, включая Председателя и Секретаря, не может быть менее трех.

14.9. С момента назначения ликвидационной комиссии к ней переходят все полномочия по управлению делами Общества, в том числе по представлению Общества в суде. Все решения ликвидационной комиссии принимаются простым большинством голосов от общего числа членов комиссии. Протоколы заседаний ликвидационной комиссии подписываются Председателем и Секретарем.

14.10. Председатель ликвидационной комиссии представляет Общество по всем вопросам, связанным с ликвидацией Общества, в отношениях с кредиторами, должниками Общества и с участниками, а также с иными организациями, гражданами и государственными органами, выдает от имени Общества доверенности и осуществляет другие необходимые исполнительно-распорядительные функции.

14.11. Все решения ликвидационной комиссии принимаются простым большинством голосов от общего числа членов комиссии.

Протоколы заседаний ликвидационной комиссии подписываются Председателем и Секретарем.

14.12. При реорганизации или прекращении деятельности Общества все документы (управленческие, финансово-хозяйственные, по личному составу и др.) передаются в соответствии с установленными правилами организации-правопреемнику.

При отсутствии правопреемника документы постоянного хранения, имеющие научно-историческое значение, передаются на государственное хранение в государственные архивные учреждения; документы по личному составу (приказы, личные дела, лицевые счета и т.п.) передаются на хранение в архив административного округа, на территории которого находится Общество.

Передача и упорядочение документов осуществляются силами и за счет средств Общества в соответствии с требованиями архивных органов.

14.13. Ликвидация Общества считается завершенной с момента внесения органом государственной регистрации соответствующей записи в Единый государственный реестр юридических лиц.

14.14. Полномочия ликвидационной комиссии прекращаются с момента завершения ликвидации Общества.

Пронумеровано, прошито и скреплено печатью на
16 (шестнадцати) ли
Заместитель начальника межрайонной инспекции
И.Н. Кондратьева

Межрайонная инспекция
Федеральной налоговой службы
№ 23 по Красноярскому краю
В Единый государственный реестр
юридических лиц внесена запись
• 11 ноября 2015 г.
ОГРН 1152108053429
ГРН _____
Экземпляр документа хранится в
регистрирующем органе



Согласие на размещение текста выпускной квалификационной работы
обучающегося в ЭБС КГПУ им. В.П. Астафьева

Я, Баушина Екатерина Андреевна

(фамилия, имя, отчество)

разрешаю КГПУ им. В.П. Астафьева безвозмездно воспроизводить и размещать (доводить до всеобщего сведения) в полном объеме и по частям написанную мною в рамках выполнения основной профессиональной образовательной программы выпускную квалификационную работу бакалавра / специалиста / магистра / аспиранта (нужное подчеркнуть) на

тему: Состояние и направления развития въездного туризма в Красноярском крае (на примере ООО „Затерянное в Сибири“)

(далее - ВКР) в сети Интернет в ЭБС КГПУ им. В.П. Астафьева, расположенном по адресу <http://elib.kspu.ru>, таким образом, чтобы любое лицо могло получить доступ к ВКР из любого места и в любое время по собственному выбору, в течение всего срока действия исключительного права на ВКР. Я подтверждаю, что ВКР написана мною лично, в соответствии с правилами академической этики и не нарушает интеллектуальных прав иных лиц.

Баушина Е.А.

(фамилия, имя, отчество)

Е.А. Баушина 13.06.2016

(Подпись, дата)

Согласие на размещение текста выпускной квалификационной работы
обучающегося в ЭБС КГПУ им. В.П. Астафьева

Я, Баушина Екатерина Андреевна

(фамилия, имя, отчество)

разрешаю КГПУ им. В.П. Астафьева безвозмездно воспроизводить и размещать (доводить до всеобщего сведения) в полном объеме и по частям написанную мною в рамках выполнения основной профессиональной образовательной программы – выпускную квалификационную работу бакалавра / специалиста / магистра / аспиранта (нужное подчеркнуть) на тему: Состояние и направления развития въездного туризма в Красноярском крае (на примере ООО «Затерянное в Сибири»)

(далее - ВКР) в сети Интернет в ЭБС КГПУ им. В.П. Астафьева, расположенном по адресу <http://elib.kspu.ru>, таким образом, чтобы любое лицо могло получить доступ к ВКР из любого места и в любое время по собственному выбору, в течение всего срока действия исключительного права на ВКР. Я подтверждаю, что ВКР написана мною лично, в соответствии с правилами академической этики и не нарушает интеллектуальных прав иных лиц.

Баушина Е.А.

(фамилия, имя, отчество)

Е. Баушина 13.06.2016.

(Подпись, дата)

Выпускная квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Используемые в работе материалы из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них. Работа прошла проверку через систему АНТИПЛАГИАТ.

Отпечатано в 1 экземплярах.

Список использованных источников 36 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

Е. Баушина (подпись) Баушина Е.А. (Ф.И.О.)
«13» июня 2016 г.
(дата)

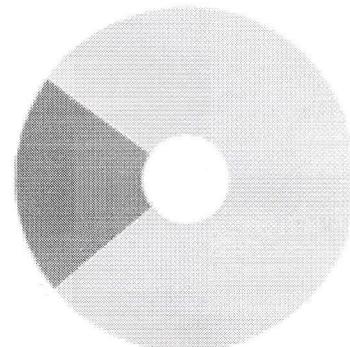
Уважаемый пользователь! Обращаем ваше внимание, что система «Антиплагиат» отвечает на вопрос, является ли тот или иной фрагмент текста заимствованным или нет. Ответ на вопрос, является ли заимствованный фрагмент именно плагиатом, а не законной цитатой, система оставляет на ваше усмотрение.

Отчет о проверке № 1

дата выгрузки: 27.06.2016 04:47:40
 пользователь: nb.kspu@mail.ru / ID: 1560615
 отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»
 на сайте <http://www.antiplagiat.ru>

Информация о документе

№ документа: 1888
 Имя исходного файла: VKR Baulina.docx
 Размер текста: 4598 кБ
 Тип документа: Не указано
 Символов в тексте: 363621
 Слов в тексте: 46413
 Число предложений: 1974



Оригинальность: 78.94%
 Заимствования: 21.06%
 Цитирование: 0%

Информация об отчете

Дата: Отчет от 27.06.2016 04:47:40 - Последний готовый отчет
 Комментарий: не указано
 Оценка оригинальности: 78.94%
 Заимствования: 21.06%
 Цитирование: 0%

Источники

Доля в тексте	Источник	Ссылка	Дата	Найдено в
4.85%	[1] Разработка и создание нового туристического маршрута на остров Крит на примере турфирмы ООО "Мехико-тур"	http://knowledge.allbest.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
4.85%	[2] Разработка и создание нового туристического маршрута на остров Крит на примере турфирмы ООО "Мехико-тур". Диплом. Читать текст online -	http://bibliofond.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
3.73%	[3] Разработка и создание нового туристического маршрута на остров крит на примере турфирмы ООО (2/2)	http://refrend.ru	01.03.2016	Модуль поиска Интернет

Проверил:
 Влас
 Влас Т. П.
 к.и.н., доцент
 кафедры Экономик
 и управления
 в ЛУ им. В.П.Астафурова