


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.03.02 - Туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

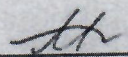
 Л.А. Понкратова

« 27 » 06 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА


на тему: Командный военно-спортивный туризм в Амурской области:
развитие и продвижение

Исполнитель
студент группы 634-об



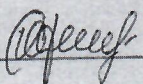
В.П. Матафонов

Руководитель
доцент, к.г.н.



С.В. Феоктистов

Нормоконтроль
инженер



О.В. Шпак

Благовещенск 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений

Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав.кафедрой _____

Л.А. Понкротова

« 11 » 11 2020 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе (проекту) студента

Матаронина Владислава Павловна

1. Тема бакалаврской работы

(проекта) Командный военно-спортивный туризм в Амурской области: развитие и продвижение

(утверждено приказом от 14.04.2019 № 711-УФ)

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) 14.06.2020

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту)

учебная и научная литература, интернет ресурсы

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов):

Общая характеристика командного военно-спортивного туризма, развитие командного военно-спортивного туризма, развитие командного военно-спортивного туризма в Амурской области

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) _____

Таблицы рисунки

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 11.11.2019

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Фроктисов С.В., К.Г.Н.
(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

ДОЦЕНТ КАФЕДРЫ ИБТ

Задание принял к исполнению (дата) 11.11.2019

Л

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 70 с., 22 таблицы, 15 рисунков, 34 источника

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМАНДНОГО ВОЕННО-СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА. РАЗВИТИЕ КОМАНДНОГО ВОЕННО-СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА. РАЗРАБОТКА КОМАНДНОГО ВОЕННО-СПОРТИВНОГО ТУРА В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ.

Бакалаврская работа написана на тему: Командный военно-спортивный туризм в Амурской области: развитие и продвижение.

Объект исследования: Командный военно-спортивный туризм в Амурской области.

Цель работы: изучить теоретические аспекты командного военно-спортивного туризма и создать, и рассчитать тур по данной тематике.

Методы исследования: описательный, аналитический.

В данной работе были изучены теоретические аспекты командного военно-спортивного туризма было проанализировано его развитие, а также был создан и рассчитан тур.

В первой главе рассматриваются теоретические основы командного военно-спортивного туризма.

Во второй главе проведен анализ развития командного военно-спортивного туризма.

В третьей главе создан и рассчитан командный военно-спортивный тур на 3 дня и 2 ночи в заброшенное село Кивда.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Общая характеристика командного военно-спортивного туризма	7
1.1 Основные понятия военного и спортивного туризма и их классификация	7
1.2 Нормативно-правовая база командного военно-спортивного туризма	12
1.3 Особенности организации командного военно-спортивного туризма	19
2 Развитие командного военно-спортивного туризма	28
2.1 История появления и развития командного военно-спортивного туризма	28
2.2 Современное состояние командного военно-спортивного туризма	31
2.3 Проблемы развития командного военно-спортивного туризма в Амурской области	34
3 Разработка командного военно-спортивного тура в Амурской области	37
3.1 Общая характеристика и программа тура	37
3.2 Расчет стоимости тура	44
3.3 Маркетинговое обоснование тура по командному военно-спортивному туризму	48
Заключение	65
Библиографический список	66
Приложение А	69

ВВЕДЕНИЕ

В условиях научно-технического и социального прогресса возрастает потребность в усвоении человеком большого объема разнообразной информации, быстром обновлении знаний, совершенствования умений. В то же время, за последние годы наблюдается понижение интереса молодежи к событиям и жизнедеятельности во внешнем мире.

Также стоит отметить нынешнее состояние туризма и мира в целом после окончания периода карантина многие люди которым ранее приходилось отсиживаться дома на протяжении всего времени будут нуждаться не только в восстановлении своего финансового состояния, но и физического и духовного при этом опасаясь возможного заражения в странах зарубежном.

Командный военно-спортивный туризм может стать средством восстановления физического и духовного состояния. Во время участия в командном военно-спортивном туризме создаются условия для самоопределения и самореализации личности с помощью активного познания исторической, социокультурной и природно-географической среды обитания. И при этом что не мало важно он может быть не долгим и мало затратным в финансовом плане так как место проведение будет на территории области.

Поэтому командный военно-спортивный туризм является эффективной системой занятий, компенсирующей недостатки (стрессы, экология и т.д.) городской среды обитания, а общественный характер взаимоотношений в военно-командном спортивном туризме требует от участников коллективизма, взаимовыручки и самопожертвования во имя общей цели.

Цель работы: проанализировать состояние и выявить перспективы развития командного военно-спортивного туризма в Амурской области.

Задачи:

- 1) изучить теоретические и правовые основы организации военного и спортивного туризма;
- 2) выявить специфику создания туров по командному военно-

спортивному туризму;

3) проанализировать состояние, проблемы и развитие командного военно-спортивного туризма;

4) создать тур и произвести его расчет стоимости по командному военно-спортивному туризму;

5) провести маркетинговое обоснование созданного тура.

Объект исследования – командный военно-спортивный туризм.

Предмет исследования – современное состояние и перспективы развития командного военно-спортивного туризма.

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМАДНОГО ВОЕННО-СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

1.1 Основные понятия военного и спортивного туризма и их классификация

На данный момент существует множество трактовок спортивного туризма, например:

А.Ю. Александрова в своей работе международный туризм трактует спортивный туризм как вид спорта, в основе которого лежат соревнования на маршрутах (спортивный поход), включающих в себя преодоление категорированных по трудности препятствий в природной среде (дорог и троп с различным покрытием и бездорожья, переправ, перевалов, вершин, порогов, каньонов, пещер, водных путей и на дистанциях, проложенных в природной среде и на искусственном рельефе.¹

Также существуют трактовка спортивного туризма от М.Г. Бекировой в Физическое воспитание и спортивная тренировка. Она определяет спортивный туризм как путешествия в условия открытого воздуха, природной среды.²

В Википедии спортивный туризм — это вид спорта, имеющий целью спортивное совершенствование человека в преодолении естественных препятствий.³

Из всего выше перечисленного можно воссоздать понятие спортивного туризма как нечто цельное объединяющее ключевые моменты схожих во всех терминах.

Спортивный туризм – это вид спорта в основе которого содержится соревновательный подтекст в той или иной мере проявляющий себя во время преодоления определенного естественного или искусственного промежутка

¹ Александрова, А.Ю. Международный туризм: Учеб. пособ. М.: Аспект Пресс, 2008.

² Бекирова, М.Г. Физическое воспитание и спортивная тренировка Волгоград: ВГАФК, 2013г. С. 86

³ Википедия Спортивный туризм [Электронный ресурс]. – 15.12.2001. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/> - 10.05.2020

территории (маршрута). При этом данный вид включает в себя различные спортивные игры такие как сноубординг, рафт, биатлон и т.д.

Одновременно с этим в более простом варианте спортивный туризм можно трактовать как создание и проведение путешествий для прохождения определенного пространства.

Основной целью спортивного туризма является совершенствование в прохождении определенных препятствий. Это означает совершенствование всего комплекса знаний, умений и навыков, физической подготовки в процессе похода.

В основном такие путешествия рассчитаны на определённую группу примерно из 5 или 10 человек в которой обязательно должен присутствовать человек обладающий знанием физиологии человека в различных условиях и техникой прохождения заданных препятствий.

Стоит отметить что спортивный туризм требует минимальных затрат, так как тренировочный процесс и сами маршруты проходят в природной среде. Благодаря чему им могут заниматься люди, не имеющие больших доходов

Спортивный туризм представляет собой серьезное спортивное явление, позволяющее познакомиться с культурой, насладиться созерцанием удивительных ландшафтов и является комплексным видом отдыха.

Спортивный туризм играет важную роль в развитии духовной сферы. В частности, позволяет непосредственно общаться с природой; воспитывает патриотизм, моральные качества, чувство коллективизма и взаимопомощи.

С познавательной точки зрения спортивный туризм является эффективным средством экологического воспитания и позволяет изучать краеведение на непосредственной практике.

С оздоровительной точки зрения – формирует навыки здорового образа жизни.⁴

⁴ Биржаков, М.Б. Введение в туризм. СПб.: Издательский Торговый дом «Герда», 2007. С. 126

Но не стоит забывать, что в отличие от стандартного путешествия спортивный туризм подразделяется на различные классификации по сложности прохождения они присутствуют везде, как и в горном так и в пешем или водном виде спортивного туризма.

В соответствии с возрастающей протяженностью, продолжительностью и технической сложностью спортивные походы подразделяются на «походы I, II, III, IV, V и VI категории сложности».⁵

На данный момент спортивный туризм практически не ограничивает инициаторов путешествий предоставляя им свободу действия и выбора маршрута. Такой маршрут можно оформить в любом городе и можно сказать что единственными условиями является своего рода квалифицированность руководителя группы путешественников который обязан иметь опыт как в руководстве группой, так и прохождением данных маршрутов, а также участников, которые должны иметь опыт участия в подобных турах.

Существует множество видов туров спортивного туризма.

В свою очередь они подразделяются на несколько классификаций:

- 1) По количеству человек спортивные туры подразделяются:
 - индивидуальные;
 - групповые.⁶
- 2) По видам передвижения выделяются:
 - автотуризм – проход по маршруту происходит на автомобилях;
 - велотуризм – путешествие в данном виде туризма осуществляется путем перемещения на велосипедах;
 - водный туризм – данный туризм представляет собой путешествие по водному пространству с помощью транспорта водной направленности;
 - верховой туризм – передвижение на лошадях верхом или в карете;

⁵ Биржаков, М.Б. Введение в туризм. СПб.: Издательский Торговый дом «Герда», 2007. С. 128

⁶ Родионов, М.В. Туризм и туристическая деятельность. М.: А-Приор, 2010.

– лыжный туризм – путешествие происходит на лыжах или другом средстве передвижения, предназначенного для передвижения по заснеженному пространству;

– пеший туризм – передвижение пешком по слабопересечённой местности;

– горный туризм – пешие походы по горному рельефу;

– спелеотуризм – путешествия во внутрь пещер с использованием разного снаряжения;

– комбинированный туризм – данный вид спортивного туризма включает в себя два или более других видов туризма, причисленных выше.⁷

3) По демографическому признаку спортивные туры разделяется на:

– тур для детей;

– тур для подростков;

– тур для зрелых людей;

– тур для людей пожилого возраста;

– семейный тур;

– тур для людей с ограниченными возможностями.

4) В зависимости от места проведения путешествия:

– въездной

– выездной

– внутренний.⁸

Некоторые из перечисленных видов не включены в спортивную классификацию разрядов к ним относятся: водный туризм с использованием моторных средств, конный и т.д.

Стоит отметить что в последние время туристические компании, направленные на спортивный туризм, организуют не только спортивные походы и путешествия, но и различные спортивно научные экспедиции, слеты

⁷ Биржаков, М.Б. Введение в туризм. СПб.: Издательский Торговый дом «Герда», 2007. С. 132 – 140

⁸ Биржаков, М.Б. Введение в туризм. СПб.: Издательский Торговый дом «Герда», 2007. С. 56

и ярмарки, поддерживают базу данных о различных маршрутах, а также ведут учет и присваивают различные звания в спортивном туризме.

Далее необходимо рассмотреть военный туризм.

В отличие от спортивного туризма военный чаще всего рассматривают лишь как военно-исторический забывая, что военный туризм бывает, как и познавательный, так и спортивный, и активный. Исходя из этого стоит попытаться дать более обширное понятие военному туризму включающее в себя все эти особенности.

Военный туризм – это посещение места в котором проходили или проходят боевые действия для просмотра достопримечательностей военной и исторической направленности, а также возможное участие в постановочных активных действиях

Военный туризм подразделяют на подвиды:

1) Военно-исторический туризм – предназначен для посещения различных мест в которых проходили боевые действия, имеются постройки военного характера, посещение музеев, выставок с целью ознакомления;

2) Активный военный туризм – это туризм в ходе которого клиенту позволяют опробовать стрельбу из различного оружия, посетить магазины оружия и различные стрельбища, а также поучаствовать в реконструкциях битв;

3) Милитари туризм – предоставляет проживание в армейской части и участие в военной подготовке, позволяет побывать на различных полигонах, прокатиться на военной технике и т.д.⁹

Военный туризм также, как и спортивный можно подразделить на индивидуальный и на групповой. По демографическому признаку классификация полностью также соответствует спортивному.

Стоит уточнить что основным в военном туризме по средствам передвижения преобладает комбинированная форма туризма. Например, в

⁹ Зорин, И.В. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика, 2011.

милитари туре может присутствовать как пеший и автотуризм, так и водный с пешим и т.д. Ввиду этого военный туризм тяжело классифицировать по средствам передвижения.

1.2 Нормативно-правовая база командного военно-спортивного туризма

Наибольшее число актов закона от 27.12.2009 г. N 365-ФЗ “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” регулируют взаимоотношения граждан и туристических организаций.

Хоть данный закон и отвечает за большинство вопросов о отношениях тур организаций и потребителей, но стоит учитывать и остальные законы которые в той или иной мере касаются военно-командного спортивного туризма и туристической сферы. Данные законы можно подразделить на две группы:

1) Это общие законы и их акты, во многом определяющие работу туристской индустрии:

- гражданский кодекс Российской Федерации;
- закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 “О защите прав потребителей”;
- федеральный закон от 30 марта 1999 г. N 52-ФЗ “О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения” и др.¹⁰ [34].

2) Это специальные акты, которые регулируют спортивный туризм:

- федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”;
- указ Президента РФ от 18 ноября 2004 г. N 1453 “О Федеральном агентстве по туризму и Федеральном агентстве по физической культуре и спорту”;
- постановление Правительства РФ от 18 июля 2007 г. N 452 “Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта”;

¹⁰ Консультант Плюс [Электронный ресурс]. 24.04. 2009.Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. 10.05.2020

– постановление Правительства РФ от 29 мая 2008 г. N 408 “О Министерстве спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации”;

– постановление Правительства РФ от 11 декабря 1998 г. N 1488 “О медицинском страховании иностранных граждан, временно находящихся в Российской Федерации, и российских граждан при выезде из Российской Федерации”;

– положение об оказании помощи по страховым случаям гражданам Российской Федерации, находящимся на территории иностранного государства, утв. постановлением Правительства РФ от 1 октября 1998 г. N 1142;

– инструкция о порядке оформления и выдачи паспортов гражданам Российской Федерации для выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию, утв. приказом МВД России от 26 мая 1997 г. N 310, и др.¹¹

Также существует ряд стандартов для сертификации работы в туристском сегменте:

1) ГОСТ 28681.0-90 “Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения”;

2) ГОСТ Р 50644-94 “Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов”;

3) ГОСТ Р 51185-98 “Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования” и др.

ГОСТ Р 50690-2000 “Туристские услуги. Общие требования”, введенный в действие с 1 июля 2001 г., убирает несколько пробелов со стороны правовых формальностей в обеспечении туристической деятельности. В нем было добавлено несколько определений которые

¹¹ Консультант Плюс [Электронный ресурс]. 24.04. 2009.Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. 10.05.2020

отсутствовали в Федеральном законе от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”.

Путешествия, связанные с пересечением туристами государственной границы, предусматривают осуществление туристских формальностей, т.е. проверку соблюдения туристами и туристскими организациями условий и правил, установленных государственными органами стран выезда и въезда.

Туристские формальности – это паспортные, визовые, таможенные, медицинские, валютные правила, страхование туристов.

Все формальности управляются законодательными и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации:

- 1) Таможенный кодекс РФ; Гражданский кодекс РФ, глава 48 “Страхование”;
- 2) Закон РФ от 1 апреля 1993 г. N 4730-1 “О Государственной границе Российской Федерации”;
- 3) Федеральный закон от 15 августа 1996 г. N 114-ФЗ “О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию”;
- 4) Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. N 173-ФЗ “О валютном регулировании и валютном контроле”;
- 5) Указ Президента РФ от 12 марта 1996 г. N 371 “О совершенствовании порядка пересечения Государственной границы Российской Федерации”;
- 6) Указ Президента РФ от 4 мая 1998 г. N 488 “О мерах по обеспечению прав граждан Российской Федерации на свободный выезд из Российской Федерации”.¹²

Действует ряд иных законодательных актов, а также актов федеральных органов исполнительной власти, детально регламентирующих осуществление каждого вида туристских формальностей, следовать которым обязаны и

¹² Консультант Плюс [Электронный ресурс]. 24.04. 2009.Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. 10.05.2020

туристы, и туристские организации как производители, так и продавцы турпродукта.

Основные акты о сотрудничестве государств СНГ в туризме:

- 1) межправительственное соглашение от 23 декабря 1993 г. “О сотрудничестве в области туризма”;
- 2) рекомендательный законодательный акт от 29 октября 1994 г. “Об основных принципах сотрудничества государств – участников СНГ в области туризма”;
- 3) межгосударственная целевая программа от 14 февраля 1996 г. “Развитие туристских связей между государствами – участниками СНГ” и др.

13

Наиболее важным инструментом управления туристской деятельностью является стандартизация она должна распространяться на:

- 1) термины и определения, необходимые для взаимного понимания;
- 2) классификацию типов туристских организаций и видов их деятельности;
- 3) способы и методы продвижения турпродукта;
- 4) способы оценки и минимизации рисков.

Стандарты туристического обслуживания являются частью государственной системы стандартизации Российской Федерации, определяющей цели и задачи стандарта в туризме и гостиничном деле, основные принципы и организацию работы, нормативные документы, различные виды стандартов и положения по сотрудничеству как международному, так и внутреннему.

Целями стандартизации в туристической сфере деятельности являются обеспечение уровня качества и безопасности тур услуг, защита интересов потребителей от конкуренции на рынке.

¹³ Консультант Плюс [Электронный ресурс]. 24.04. 2009.Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. 10.05.2020

Также не стоит забывать и о сертификации, туристических услуг которая означает подтверждение органом власти по сертификации соответствия реализуемых потребителю услуг требованиям законодательных и нормативных документов по обслуживанию.

Наиболее точное определение сертификации дано в Федеральном законе от 27 декабря 2002г. №184-ФЗ «О техническом регулировании».

Существует несколько определений назначения сертификации:

- 1) удостоверение соответствия продукта, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, работ, услуг или иных объектов техническим регламентам, стандартам, сводам правил, условиям договоров;
- 2) содействие приобретателям в компетентном выборе продукции, работ, услуг;
- 3) повышение конкурентоспособности продукции, работ, услуг на различных рынках;
- 4) создание условий для обеспечения свободного перемещения товаров на территории РФ и для осуществления международного сотрудничества и международной торговли.¹⁴

Сертификация тур услуг это механизм контроля качества обслуживания, предоставляющий возможность оценки уровня услуги и подтверждение ее безопасности для потребителя.

В ФЗ «О техническом регулировании» прописаны как добровольные, так и обязательные формы сертификации. Из чего можно сделать вывод что сертификация может носить как обязательный, так и добровольный характер.

Добровольная сертификация происходит по инициативе организации.

Обязательная сертификация проводится для подтверждения соответствия обязательным нормам и требованиям (это требования по

¹⁴ Консультант Плюс [Электронный ресурс]. 24.04. 2009.Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. 10.05.2020

обеспечению защиты жизни или здоровья населения, по охране окружающей среды и т.д.)¹⁵

Обязательной сертификации подлежат:

- услуги гостиниц;
- туристский отдых и путешествия по туристским маршрутам;
- экскурсионные услуги.

порядок выдачи лицензии осуществляется в соответствии с:

- федеральными законами «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- «О лицензировании отдельных видов деятельности».

Постановлением Правительства РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» определены органы, уполномоченные лицензировать все виды деятельности. На данный момент — это Федеральное агентство по туризму ранее это был Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре, спорту и туризму, данный орган производил лицензирование тур деятельности, а также делегировал на договорной основе функции по выдаче лицензий российским туристским фирмам региональным органом исполнительной власти субъектов РФ.

Все туристские предприятия, прошедшие лицензирование, заносятся в Государственный реестр. Данный орган власти может отобрать лицензию из-за несоблюдения турфирмой лицензионных требований.

Одним из требований при получении сертификата является наличие обучения представителя организации. Обучение проводится Центром государственного санитарно-эпидемиологического надзора. По окончании обучения выдается свидетельство о прохождении обучения по вопросам профилактики карантинных и паразитарных заболеваний, по которому обладателю свидетельства разрешена работа по инструктажу граждан, выезжающих в страны, эндемичные по данным инфекциям. Вышеуказанное

¹⁵ Соболева, Е.А. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы: Учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2012.

свидетельство (копия) предоставляется в орган по сертификации туристических услуг.¹⁶

Перечень услуг, подлежащий сертификации представлен в таблице 1

Таблица 1 – Перечень услуг подлежащий сертификации

Название группы услуг	Услуги
Услуги туроператора по организации внутреннего туризма	– тур оздоровительный – тур познавательный – тур профессионально-деловой – тур спортивный – тур религиозный – прочие туры
Услуги туроператора по организации выездного туризма	– тур оздоровительный – тур познавательный – тур профессионально-деловой – тур спортивный – тур религиозный – прочие туры
Услуги туроператора по организации въездного туризма	– тур оздоровительный – тур познавательный – тур профессионально-деловой – тур спортивный – тур религиозный – прочие туры
Отдельные услуги туроператора и турагента	– услуги по организации проживания туристов – услуги по организации питания туристов – услуги по организации перевозок туристов различными видами транспорта – обучение основам туристских и альпинистских навыков – организация экскурсий.

После представления необходимых документов для сертификации тур услуг руководством органа по сертификации выносится решение по заявке о создании экспертной Комиссии по проведению сертификации. После чего комиссия выезжает на сертифицируемый объект.

¹⁶ Консультант Плюс [Электронный ресурс]. 24.04. 2009.Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. 10.05.2020

Комиссией, после предоставления организацией всех документов при проведении проверки сертифицируемого объекта, составляется протокол сертификационной проверки, который подписывается членами экспертной комиссии и представителем организации.¹⁷

1.3 Особенности организации командного военно-спортивного туризма

Командный военно-спортивный туризм является своего рода видом спорта, которым занимаются в свободное от работы и учебы время.

Стоит отметить что, как и в спортивном туризме, а именно в организации различных походов, так и в основной деятельности не малое участие принимают сами туристы. Они могут разработать маршрут, определить каков будет состав группы, а также подобрать необходимое дополнительное снаряжение.

Если рассматривать командный военно-спортивный туризм с стороны нормативной документации, то можно заметить, что, как и по спортивному туризму, данной работой занимается маршрутно-квалификационная комиссия.

Обучением туристов занимаются в основном общественными кадры, которые также могут скорректировать маршрут для более удобного проведения мероприятий. Поэтому командный военно-спортивный туризм во многом можно определить, как самодеятельный.

На данный момент за самодеятельный туризм на территории Российской Федерации отвечает Туристско-спортивный союз России данное учреждение это самостоятельное общероссийское общественное объединение основными задачами которого являются:

1) объединение разных туристических движений с целью удовлетворить потребности потребителей на территории Российской Федерации с помощью различных видов спортивного туризма;

¹⁷ Консультант Плюс [Электронный ресурс]. 24.04. 2009.Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. 10.05.2020

2) формирование различной экологической, охранной и патриотической деятельности на месте проведения маршрутов;

3) оказание членам Туристско-спортивного союза России различных правовых, организационно-технических и информационных услуг, а также оказание защиты интересов в организациях государственной и общественной направленности;

4) обеспечение условий для развития различных видов туризма спортивной направленности.¹⁸

Хронологию создания тура по командному военно-спортивному туризму устанавливает ГОСТ Р 50681 – 94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристской услуги».

Плацдармом для создания тура является краткое описание или же набор требований, полученных после исследования рынка, и согласованных с заказчиком с учетом возможностей исполнителя.

Формирование тура существует ряд неизменных этапов:

- выяснение характеристик тура;
- созданий технологического процесса обслуживания потребителей;
- анализ и установление правовой и технологической документации;
- анализ контроля качества;
- создание и анализ проекта.¹⁹

В описание тура должно содержать четкие требования по гарантии безопасности потребителя что в свою очередь доводит риски для клиентов, их имущества и окружающей среды до минимума.

В документах, определяющих требования к сервису и услугам для клиентов должно быть:

- полное изложение обслуживания потребителя;

¹⁸ Зорин, И.В. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика, 2011.

¹⁹ Сенин, В.С. Организация международного туризма. М.: Финансы и статистика, 2009.

- характеристика самого процесса обслуживания туристов;
- число сопровождающих и их квалификация в данном виде туризма;

- договорная база туров.²⁰

Если рассматривать технологическую документацию, то стоит отметить что в ней должно быть:

- технологическая карта тура, а также рекомендации по ее заполнению;

- график работы туристского предприятия и его загрузки;

- информационный листок в дополнение к путевке.²¹

В документах, относящихся к контролю качества должно быть изложены формы и методы организации контроля за процессом предоставления услуг клиентам с целью обеспечения соответствия установленным характеристикам.

Завершением этапа проектирования тура является его анализ, который своевременно выявляет, а в последствии устраняет недочеты проекта тура.

Также существует ряд этапов процесса создания тура для рекламы и последующей продажи:

- создание и проработка идеи тура;

- поиск и отбор бизнес-партнеров и поставщиков;

- разработка основных и дополнительных услуг;

- предоставление тура в виде рекламного продукта для проверки его рентабельности.²²

На данный момент туристские организации используют множество различных каналов рекламной деятельности наиболее важным из которых являются различные интернет ресурсы.

²⁰ Грачева, О.Ю. Организация туристического бизнеса. Технология создания турпродукта. М.: Дашков и Ко, 2010.

²¹ Сенин, В.С. Организация международного туризма. М.: Финансы и статистика, 2009.

²² Грачева, О.Ю. Организация туристического бизнеса. Технология создания турпродукта. М.: Дашков и Ко, 2010.

Интернет может дать огромную популярность и мобильность в нахождении нужной информации предоставляя пользователю право выбора необходимого продукта. Большинство сайтов оформляются в привлекательных и тематических цветах и стремятся предоставить информацию в простом и доступном стиле.

Также не стоит забывать и о рекламе, в различных СМИ которая может играть не последнюю роль в продвижении тур услуг на рынке и предоставить информацию возможным (потенциальным) клиентам информацию о продукте в данной сфере.

Также туристические фирмы на постоянной основе вводят различные акции и скидки для привлечения покупателей

Исходя из всего вышеперечисленного можно разделить каналы рекламной деятельности на три группы:

- различная реклама, которая может находиться на собственном сайте или других интернет ресурсах, реклама в средствах массовой информации, прямая, наружная реклама и реклама в общественном транспорте;
- акции и скидки;
- передача рекламной информации посредством устного общения населения.

При создании плана стратегии развития и продвижения большинство работников туристских фирм воспринимают продвижение как некое дополнение к рекламной деятельности. И очень редко используются различные инструменты коммуникации в отдельности от разработанного маркетингового плана, даже если они стремятся к различным целям.

Во многом на данный момент рекламу подразумевают как первичное (основное) средство для достижения поставленных целей в долгоиграющем плане, а также для поддержки и создания определенного имиджа компании ее услуг и продуктов, тогда как продвижение позволяет решить задачи лишь в краткосрочной перспективе.

Но стоит учитывать, что сейчас решающим фактором стала все время повышающаяся конкуренция туристической индустрии, которая принуждает работников фирм использовать все доступные рекламные и коммуникационные ресурсы для продажи продуктов, а отношение к продвижению все также исходит из-за активного использования рекламы в прошлом как единственного средства коммуникации с потребителем.

На данный момент существуют сотни если не тысячи различных видов продвижения продукта которых классифицируют как инструменты целью которых являются:

1) состав работников компаний который поощряют с помощью различных акций и финансовых бонусов с целью повысить конкурентоспособность и соревновательный дух;

2) создание различных безделушек таких как календари кружки ручки и т.д. С символикой компании;

3) создание различных торговых выставок;

4) презентации продуктов потенциальным партнерам и СМИ;

5) разработка различных совместных схем для дальнейшего продвижения;

б) также продвижение может быть направленно и на клиента с помощью:

– интернета, телевизора плакатов брошюр и журналов;

– бесплатных безделушек и сувениров;

– предоставление различных бесплатных ваучеров на скидку на тот или иной продукт компании;

– проведения совместно с организациями другой сферы туристического бизнеса продвижения таких как: инсентив-туры для работников организаций, с льготами на покупки товаров и услуг.²³

²³ Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособ. для студентов вузов. Минск: Новое знание. 2008.

Данные виды продвижения направлены в основном на создание положительного отношения потребителей к организации, ее услуге или продукту. Что в свою очередь повышает ценность как в эмоциональном плане, так и в экономическом.

Одной из важнейших особенностей при организации тура является обеспечение мер безопасности как клиентов, так и окружающей среды во время путешествия.

Данные меры можно подразделить на несколько видов:

1) Меры безопасности до начала маршрута:

- потребитель должен предъявить организаторам справку о вакцинации от клещевого энцефалита, столбняка и т.д. за 5 дней до начала тура;

- при покупке тура потребитель должен уведомить руководителя группы о возможных аллергических реакциях на различные раздражители, а также о наличии хронических, психологических, терапевтических и т.д. заболеваний;

- к участию в военно-командном спортивном маршруте допускаются лица от 16 лет;

- руководитель группы должен заранее продумать свои действия при непредвиденных ситуациях.

2) Во время прохождения маршрута:

- все участники тура обязаны уважительно и бережно относиться к окружающей среде на месте проведения тура;

- все должны поддерживать вежливое и уважительное поведение в отношении как к участникам группы, так и к местным жителям;

- на протяжении всего тура турист обязан носить головные уборы с целью минимизировать вероятность получения солнечного удара;

- турист обязан иметь при себе аптечку, фонарик, ветровку, штаны из грубой и толстой ткани и предмет одежды с длинными рукавами;

- туристам строго запрещается курить в местах, не обозначенных для курения;
- розжиг костров производится строго руководителем группы;
- для находений близ костра необходимо держать дистанцию в 2 метра и иметь на себе брюки из грубой и толстой ткани, закрытую обувь и предмет верхней одежды и длинными рукавами для предотвращения ожогов;
- строго запрещаются любые игры и развлечения с огнем;
- в случае получения травмы любой тяжести даже незначительной или появления чувства недомогания необходимо в срочном порядке уведомить сопровождающего;
- при движении всей группы строго запрещается без уведомления отделяться от нее;
- во время тура запрещается употреблять и собирать различные ягоды, грибы или другие растения;
- розжиг костров во время тура производится непосредственно только из валежника или привезённого заранее сырья. строго запрещено рубить деревья или кустарники;
- сопровождающий не должен на долгое время оставлять костер без присмотра;
- разбивать лагерь и разводить костер разрешается только в обозначенных и специально оборудованных для этого местах;
- весь не биоразлагаемый мусор необходимо собирать в обозначенном гидом месте для дальнейшего вывоза;
- во время грозы необходимо держатся как можно дальше от различных деревьев;
- запрещается купаться в местах с высоким потоком течения и в местах, глубина которых неизвестна;
- запрещается купаться в сумеречное и ночное время;
- запрещается движение вне лагеря ночью или в густом тумане;

- место и способ переправы через реку определяется заранее после тщательной разведки реки;
- в случае переправы через реку первым должен идти опытный специалист для демонстрации правильно прохода через данный промежуток реки;
- переправа через реку должна осуществляться строго по одному;
- запрещено переходить реку без обуви;
- перед переходом через реку заранее необходимо создать пункт перехвата для предотвращения непредвидимых ситуаций.

3) Меры безопасности во время проведения командных военно-спортивных игр:

- всем участникам туристической группы, находящимся на месте проведения военно-командной спортивной игры запрещено снимать экипировку (маску, очки, шапку и т.д.). если участнику необходимо снять предмет экипировки он должен завязать на руке красный платок или поднять его над головой и пройти к месту нахождения руководителя группы смотрящего за процессом игры и уже после это ему разрешено снять тот или иной элемент экипировки;
- во время игры всем участникам строго запрещено стрелять навскидку не прицелившись;
- запрещено стрелять по людям направляющихся в сторону местонахождения руководителя с красным платком;
- во время проведения игры один из сопровождающих гидов должен находиться в лагере для безопасности имущества туристов;
- для участия в игре турист должен одеть толстые штаны, шапку, закрытую обувь и одежду с высоким воротником;
- запрещено стрелять из пневматического оружия в случайных прохожих и зверей;
- настройку оружия проводить строго стоя спиной к людям;

- во время игры запрещается наносить удары пневматическим оружием по людям, окнам или другим объектам;
- во время игры запрещается уходить за зону проведения;
- для объявления перерыва необходимо всей командой подойти к руководителю с красным платком и запросить остановку игры;
- в случае попадания по туристу снаряда турист должен достать красный платок и пройти к начальной точке;
- в случае травмы участник игры должен попросить товарища по команде сходить и уведомить о данном событии руководителя после чего игра будет остановлена;
- запрещено перемещаться сквозь кустарник;
- запрещено использовать предметы находящиеся на месте проведения в качестве оружия, отвлечения и т.д.

2 РАЗВИТИЕ КОМАНДНОГО ВОЕННО-СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

2.1 История появления и развития командного военно-спортивного туризма

Как таковая история командного военно-спортивного туризма в Российской Федерации начинается с активного военного туризма еще в 50-е 60-е годы XX века.

Первые упоминания, связанные с данным видом туризма, относят к территории нынешней Украины. Тогда Министерство обороны отдала монополию на активный военный туризм лишь одной фирме из-за чего стоимость этих туров доходила чуть ли не до абсурда, стоимость одного выстрела из снайперской винтовки Драгунова могла достигать до 30 долларов, а выстрел из танка до 400, полет на различных истребителях варьировался от 3000 до 12000 долларов. Более дешевым вариантом было проживание в казармах.

Первыми клиентами данной фирмы были люди, проживающие на территории Российской Федерации.

Если же говорить о развитии в Российской Федерации, то можно выделить Нижний Тагил, в котором ежегодно с 2000 г. происходят выставки вооружений. Сейчас руководство Уральского вагонного завода (УВЗ) предоставляет возможность использования танковой техники в туристских целях. Стандартный тур включает поездку на различной технике и стрельбу из танка или другого вооружения.

Но не стоит забывать командный военно-спортивный туризм — это совокупность военного и спортивного туризма которая выражает себя в реконструкции битв, игры в страйкбол, пейнтбол и лазертаг, а также в командных соревнованиях по стрельбе из настоящего оружия.

И для полноценного раскрытия истории появления командного военно-спортивного туризма необходимо рассмотреть историю появления его отдельных аспектов.

Вначале стоит рассмотреть страйкбол.

История зарождения страйкбола как игры начинается в Японии. В конце второй мировой в данной стране было запрещено иметь какие-либо вооруженные силы, боевое оружие и проводить военные учения. В конечном итоге как своего рода альтернативу японскими изобретателями были созданы пневматические копии настоящего боевого оружия, стреляющими пластиковыми шариками.

Благодаря данному изобретению, японцы могли легально заниматься военной подготовкой. Пневматика стала общедоступной, и это вызвало появление и дальнейшее развитие военно-командной спортивной игры, которая во всех странах называется airsoft или страйкбол.

В России первая игра по страйкболу была проведена 13 июля 1996 года. Участниками данной игры были члены военно-исторического клуба «Московский драгунский полк». Свое название страйкбол, распространенный за границей как airsoft, получил благодаря Григорию Чукову. В 1997 году появились первые команды и проведены первые меж командные игры по страйкболу. С того момента игра начала распространяться во всех странах СНГ.

Из-за высокой популярности каждый год появляются множество команд который в последствии проводят турниры по страйкболу на местном, региональном или даже международном уровне.

Далее стоит рассмотреть истории пейнтбола, появление которого не однозначно.

Существует несколько теорий появления пейнтбола:

- 1) Существуют исторические данные, что во второй половине 19 века французскими инженерами были созданы ружья, которые предназначались для стрельбы зарядами с краской. Позже на учениях и учебных маневрах

солдаты стали применять изобретение француза Постава Реклю, это были ружья, которые могли стрелять краской.

2) В США в 20 веке на фермерских хозяйствах широко распространилась практика использования специальных пневматических устройств для нанесения меток краской на рогатый скот. Эти устройства чем-то напоминают пистолеты. Данная теория заключается в том, что несколько молодых фермеров решили пострелять друг в друга из пневматического оружия с краской.

3) В 1981 году в США трое биржевых брокеров, решили купить ферму и устроить с помощью фермерских пистолетов для маркировки скота краской небольшие боевые действия.

В России орудия, стреляющие краской, появились в 1993 году. Первая игра происходила в Подмосковье.

И уже в 1994 году в РФ появился первый пейнтбольный клуб МФП который до сих пор существует.

Массово пейнтбол стал распространяться после постановления Госкомспорта в котором пейнтбол был рекомендован для развития на территории РФ.

На данный момент существуют уже несколько сотен пейнтбольных клубов, в которые может прийти игрок с любым опытом в данной игре.

Лазертаг или лазертэг – это высокотехнологичный имитатор боевых действий, основанный на использовании лазерных и инфракрасных лучей.

История лазертага начинается в 1970-х годах в армии США. В какой-то момент им потребовалась система для отработки боевых действий на определенной местности, которая дает более реальный результат чем их предыдущий вариант. И таким образом появился MILES (англ. Multiple Integrated Laser Engagement System) также известный как Engagement Simulation System (ESS).

Сам же лазертаг появился в 1977 году, американец Джордж Картер под впечатлением после просмотра «Звёздных войн» решил создать игру «Photon». Именно «Photon» задал стиль игры ее общую концепцию.

В 1979 году компания South Bend Toys начинает выпуск игры Star Trek Phasers: игра представляла собой комплект из 2 пистолетов с закрепленными на них датчиками, и предназначалась для использования на открытом воздухе.

В России лазертаг появился в начале 2000 г. В то время большинство оборудования было импортным из-за чего его стоимость была высока. Сейчас же одним из главных производителей снаряжения для лазертага в России является компания «Сиблазертаг». Благодаря чему оборудование для лазертага можно купить без особого труда.

2.2 Современное состояние командного военно-спортивного туризма

На данный момент командный военно-спортивный туризм в Российской Федерации не использует все возможные доступные ресурсы из-за чего он не так уж и сильно развит. В основном туры предлагают скорее различные клубы, чем туристические фирмы.

Во многом это является главной причиной слабо развитости данного вида туризма, так как данные клубы редко рекламируют свои продукты, а основными покупателями данных туров являются люди, которые уже участвовали в подобных мероприятиях.

Из-за своего рода нишевости данного направления туризма множество людей даже не знают, что существует возможность пойти в поход, в ходе которого вы можете провести матч по страйкболу, пейнтболу или лазертагу, или то что вы можете отправиться в Прагу не только затем, чтобы посмотреть достопримечательности, но и поучаствовать в своего рода реконструкциях битв, проходивших во время второй мировой с использованием пневматического оружия.

Если рассматривать турфирмы, которые предлагают туры данного направления то можно увидеть закономерность что чаще всего руководство

предпочитает уделять командному военно-спортивному туризму намного меньше внимания чем другим продуктам.

Они упускают возможность развития данного вида туризма из-за дорогой стоимости снаряжения (от 10 тыс. и более) и это несомненный факт, но стоит уточнить снаряжение для того же спелеологического тура может обойтись гораздо дороже.

Но при этом всем несомненно у командного военно-спортивного туризма есть потенциал для развития во всей стране.

Наиболее подходящей туристической фирмой в Амурской области для внедрения командного военно-спортивного туризма является Горизонт Экстрим.

Так как направлением данной фирмы является спортивный туризм, включающий в себя различные походы и туры выходного дня, включение военно-командной спортивной тематики будет обуславливаться лишь арендой снаряжения по страйкболу, пейнтболу или лазертага.

Если же рассматривать фирмы, которые на данный момент занимаются командным военно-спортивным туризмом в Амурской области то можно заметить, что, как и по стране данное место занимают клубы и различные компании, предлагающие аренду снаряжения и места проведения для военно-командных спортивных игр.

Из них можно выделить наиболее активных:

- 1) Клуб тактических игр Arsenal
- 2) Центр активного отдыха MilitaryZone28
- 3) Спортивно-тактический клуб Lasertag ARMADA
- 4) Лазертаг арена Пандора

Описание услуг данных компаний представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Описание услуг и возможностей компаний

Наименование организации	Услуги	Местонахождение
Клуб тактических игр Arsenal	1) Фаертаг 1800 руб./чел за 2 часа	г. Благовещенск Театральная 228

Наименование организации	Услуги	Местонахождение
Клуб тактических игр Arsenal	2) Страйкбол 1000 руб./600 шаров 3) Лазертаг цена варьируется в зависимости от дней недели от 100 до 350 руб. Выездные игры от 450 руб. У данной компании есть собственные площадки на свежем воздухе, опытные инструктора и теплый 2х этажный полигон	
Центр активного отдыха MilitaryZone28	1) Лазертаг 500 руб. с человека за час 2) Страйкбол 1000 руб. с человека 3) Lasertag секции тренировки для детей в возрасте от 8 до 18 лет 4) Программы для школ: Продолжительность программы - 3 часа. Стоимость программы - 1300 руб./чел. В стоимость включен фуршет и кэнди бар У данной компании есть 4 открытых площадки для игр и 2 крытых	г. Благовещенск Заводская 31
Спортивно-тактический клуб Lasertag ARMADA	Данная компания предлагает лишь одну игру (лазертаг) но при этом множество заготовленных вариаций сценария проведения игры Цены образуются лишь от численности группы: 1) Сборная 1 человек 700 руб 2 часа 2) Друзья 6 человек 2400 руб. 1 час 3) Команда 10 человек 6000 руб 2 часа 4) Компания 20 человек 10 000 руб. 2 часа 5) Большая компания 30 человек 15 000 руб. 2 часа	г. Благовещенск Текстильная 48/1

Наименование организации	Услуги	Местонахождение
	б) Корпоратив 40 человек 20 000 руб. 2 часа У данной компании имеется 3 открытых и 3 закрытых площадки	
Лазертаг арена Пандора	1) Игры в лазертаг 500 руб./час с человека в будни 600 руб./час с человека в выходные 2) Организация праздников и дней рождения аренда помещения 1000 руб. час	г. Благовещенск Чайковского 3

По всей стране существует множество заброшенных зданий, поселений и маленьких городков которые можно превратить в своего рода дестинацию привлекающую туристов со всего мира.

А также в связи и нынешней экономической ситуацией увеличить внутренний поток туристов. Привлекая их постановочными битвами, в которых они не получают ущерба для здоровья, но приобретут опыт в их участии, а также незабываемы впечатления.

Из всего выше перечисленного можно сделать вывод что нынешнее состояние командного военно-спортивного туризма находится в стагнации. Все также, как и в начале появления данного вида его поддерживают скорее энтузиасты и созданные ими команды и клубы, которые хоть и привлекают новую «кровь» в свою группу и поддерживают ее на плаву, но не могут выйти на новый уровень из-за низкой осведомленности и высокой стоимости данного «хобби».

2.3 Проблемы развития командного военно-спортивного туризма в Амурской области

На данный момент существуют ряд проблем так или иначе препятствующих развитию командному военно-спортивному туризму в Амурской области:

1) Транспортная сеть – так как большинство ответвленных дорог от автострады никогда не асфальтировались или уже на протяжении продолжительного времени не проводился плановый ремонт из за чего полноценная доставка групп туристов в подобные отдаленные местности с помощью автомобильного транспорта становится крайне затруднительной или даже невыполнимой;

2) Сезонность – командные военно-спортивные туры из за северного климата в Амурской области могут проводиться лишь в теплое время года из за чего промежуток для проведения данных туров составляет лишь 2-3 туристических сезона. Что в свою очередь означает что-то один и тот же тур необходимо подстраивать под сезон проведения повышая или понижая стоимость продукта;

3) Неразвитая туристическая инфраструктура – большая часть отдаленных населенных пунктов не имеют ни мест общественного питания, ни мест размещения, в тех же местах где все это есть большинство предприятий имеют массу дефектов. Данная проблема также затрагивает инфраструктуру развлечений если же в городах Амурской области с организациями развлекательной направленности дела обстоят более-менее хорошо, то в отдаленных районах данных организаций почти нет;

4) Сложность в обеспечении безопасности – безопасность является главным условием работы туристического предприятия а в результате недостатка определенной инфраструктуры, туристические компании не могут полноценно обеспечить безопасность туристов, и гарантировать полную защиту погодных условий, стихии и т.д.;

5) Невысокие доходы населения.

Также стоит рассмотреть и преимущества военно-командного спортивного туризма в Амурской области:

1) Обширные территории, покрытые лесами и холмами;

2) Малая заселенность области;

- 3) Множество заброшенных и полуразрушенных зданий за чертой городов, идеально подходящих для пейнтбола и страйкбола;
- 4) Экологические проблемы в области имеют локальный характер;
- 5) Огромные территории для создания туристкой инфраструктуры.

Исходя из все вышеперечисленного можно сказать что основными проблемами для командного военно-спортивного туризма является слабая инфраструктура, ограниченная сезонность турпродукта и слаборазвитая транспортная сеть. Но при этом Амурская область имеет ряд положительных характеристик, позволяющих развиваться военно-командному спортивному туризму

3 РАЗРАБОТКА КОМАНДНОГО ВОЕННО-СПОРТИВНОГО ТУРА В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1 Общая характеристика и программа тура

Данный тур создавался на основе различных туров по спортивной и командной военно-спортивной тематике предлагаемыми туристическими агентствами в Российской Федерации и на основе пожеланий потенциальных потребителей, выявленных в последствии проведения анкетирования.

Протяженность маршрута составляет 376 км

Так как данный тур является туром выходного дня продолжительностью тура был выбран срок в 3 дня

Сезонность тура приходится на май-сентябрь

Тур рассчитан на группу их 12 человек, для лиц молодого и среднего возраста.

Размещение будет проходить в палатках недалеко от заброшенного села Кивда.

Питание происходит в походном формате, то есть самостоятельное приготовление пищи на время похода на костре или на газовой плите.

На первый день по приезду в место расположения будет проходить установления лагеря и обучение использованию страйкбольного или пейнбольного оружия, а также деление на две команды исследование местности и разработка плана игры на следующий день

На второй день нахождения близ села Кивда будет проходить командное соревнование с использованием пейнтбольного или страйкбольного оружия, к вечеру инструктор (сопровождающий) будет обучать туристов первичным навыкам выживания, а также будут посиделки у костра

На третий день после завтрака будет сбор снаряжения и отправка домой (в г. Благовещенск)

Полная программа тура с временными обозначениями предоставлена в таблице 3.

Таблица 3 – Программа тура

День 1	12:00 Начало сбора в центре Благовещенска и знакомство с гидом проводником. 12:30 Трансфер в Прогресс (186 км – 2.5 часа). 15:00 Поход пешком до села Кивда (2 км –30 мин.) 15:30 Установление лагеря 17:00 Плотный перекус 17:30 Обзор участка проведения военно-командной спортивной игры (страйкбола или пейнтбола) 18:30 Обучение стрельбы из страйкбольного или пейнтбольного оружия, деление на команды и составления плана игры 20:00 Ужин 21:00 Посиделки у костра
День 2	9:00 Завтрак. 10:00 Сбор групп перед началом игры для повторного объяснения правил, пристрела оружия, разбора планов 11:00 Прохождения команд к точкам начала игры 11:30 Начало игры 13:00 Перерыв на обед 14:00 Смена команд и начало 2 раунда игры 16:30 Конец игры и выявление победителей 17:00 Перекус 18:00 Обучение инструктором туристов первичным навыкам выживания 20:00 Ужин
День 3	9:00 Завтрак. 10:00 Сбор лагеря и снаряжения 11:30 Возвращение группы из села Кивда в Прогресс (2 км –30 мин.) 12:00 Выезд из Прогресса в г. Благовещенск. 14:30 Приезд в г. Благовещенск

В качестве транспортного обслуживания буде арендоваться микроавтобус на 14 пассажирских сидений – посадка в г. Благовещенск будет происходить в центре после чего трансфер до поселка городского типа Прогресс, обратная доставка в центр г. Благовещенск будет происходить на 3 день тура

Как говорилось ранее для обеспечения транспорта туристам будет арендован микроавтобус с водителем. Перевозки будут осуществляться по следующим маршрутам:

г. Благовещенск – пгс. Прогресс

пгс. Прогресс – г. Благовещенск

Суммарная протяженность маршрута составляет 372 км. Занимая по времени 5 часов

Поход от пгс. Прогресса до места близ заброшенного села Кивда и обратно составляет 4 км суммарно по времени занимая 1 час.

Организация питания туристов:

Питание за исключением перекусов организуется согласно плану программы тура и представляет собой самостоятельное приготовление пищи на костре или на газовой плите

Во время местонахождения в заброшенном селе Кивда будет предоставлено место приготовления пищи. Продукты будут закупаться заранее.

Примерный рацион блюд и перечень допустимых и необходимых продуктов во время походов представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Перечень допустимых и необходимых продуктов и блюд

Наименование приема пищи	Перечень продуктов или блюд
Завтрак	Яйца, сосиски, творог, сыр, хлеб, каши (различные крупы), фрукты, чай, кофе, соки, сухое молоко
Обед	Рагу (из свежих или замороженных овощей), каши или макаронные изделия с тушенкой, картофель, мясо (полуфабрикаты), рыбные консервы, сублимированные супы хлебобулочные изделия, чай, компот (сухофрукты), кисели.
Ужин	Идентично обеду, только более калорийные и не повторяющиеся блюда в один день.
Перекус	фрукты, различные хлебобулочные изделия включая галеты и т.д., шоколад, калорийные батончики, горячий шоколад, чай.

Организация места размещения

В данном туре содержатся лишь одно место для размещения – палаточный лагерь находящийся близ села Кивда в лесной местности.

Экскурсионное обслуживание и система аттракции:

Группу будет сопровождать 2 гид-инструктора, один из которых должен иметь опыт в стрельбе из страйкбольного или пейнтбольного оружия, для проведения программы по обучению выживания на местности будет задействован 2-ой инструктор.

Стоимость курса выживания включена в стоимость тура.

Содержание программы следующее:

- обучение стрельбе из страйкбольного и пейнтбольного оружия.
- курсы выживания в природе.
- соревнования на заброшенной местности по страйкболу или пейнтболу.

В порядке прохождения отдыха гидом будут организованы различные небольшие активные игры.

Так же отдыхающие смогут принять участие в аттракциях местных жителей, иногда прибывающих в село Кивда из Прогресса.

В стоимость путёвки входит:

- трансфер;
- питание;
- экскурсионная программа;
- аренда страйкбольного или пейнтбольного снаряжения;
- медицинская страховка.

Обеды в кафе не входят в стоимость путёвки. Также отдельно оплачиваются дополнительные услуги от местных.

Необходимого снаряжения не включенному в стоимость путевки которое нужно взять туристу приставлено в таблице 5.

Таблица 5 – Перечень необходимого снаряжения не включенного в стоимость

Походное снаряжение	Одежда	Гигиена
1) Кружка, миска, ложка, нож (из стали или пластика)	1) Штаны из лёгкой ткани 2) Футболки	1) Личная аптечка 2) Крем от загара 3) Гигиеническая помада

Продолжение таблицы 5

Походное снаряжение	Одежда	Гигиена
2) Репеллент от насекомых	3) Носки тёплые 1 пара.	4) Полотенце
3) Большой рюкзак (50-70 и более литров)	4) Носки х/б 1-2 пары.	5) Туалетные принадлежности (Зубная паста и щётка, маленькое мыло, маленький дезодорант, туалетная бумага и т.д.)
4) Накладка от дождя на рюкзак	5) Термобельё	
5) Что-нибудь для сидения на земле	6) Тёплый свитер с горлом	
7) Фонарик	7) Головной убор	
8) Бутылка пластиковая 1 л.	8) Сменное бельё	
9) Большой мусорный пакет на 120 л. Для сохранения вещей в рюкзаке от намокания	9) Кроссовки	
10) 3 или более полиэтиленовых пакета для грязных вещей	10) Перчатки и шапка	
	11) Сандалии на липучках	

Меры безопасности, предпринимаемые для безопасности клиентов и окружающей среды данного тура:

- 1) Меры безопасности до начала маршрута:
 - потребитель должен предъявить организаторам справку о вакцинации от клещевого энцефалита, столбняка и т.д. за 5 дней до начала тура;
 - при покупке тура потребитель должен уведомить руководителя группы о возможных аллергических реакциях на различные раздражители, а также о наличии хронических, психологических, терапевтических и т.д. заболеваний;
 - к участию в военно-командном спортивном маршруте допускаются лица от 16 лет;
 - руководитель группы должен заранее продумать свои действия при непредвиденных ситуациях.
- 2) Во время прохождения маршрута:

- все участники тура обязаны уважительно и бережно относиться к окружающей среде на месте проведения тура;
- все должны поддерживать вежливое и уважительное поведение в отношении как к участникам группы, так и к местным жителям;
- на протяжении всего тура турист обязан носить головные уборы с целью минимизировать вероятность получения солнечного удара;
- турист обязан иметь при себе аптечку, фонарик, ветровку, штаны из грубой и толстой ткани и предмет одежды с длинными рукавами;
- туристам строго запрещается курить в местах, не обозначенных для курения;
- розжиг костров производится строго руководителем группы;
- для нахождений близ костра необходимо держать дистанцию в 2 метра и иметь на себе брюки из грубой и толстой ткани, закрытую обувь и предмет верхней одежды с длинными рукавами для предотвращения ожогов;
- строго запрещаются любые игры и развлечения с огнем;
- в случае получения травмы любой тяжести даже незначительной или появления чувства недомогания необходимо в срочном порядке уведомить сопровождающего;
- при движении всей группы строго запрещается без уведомления отделяться от нее;
- во время тура запрещается употреблять и собирать различные ягоды, грибы или другие растения;
- розжиг костров во время тура производится непосредственно только из валежника или привезённого заранее сырья. строго запрещено рубить деревья или кустарники;
- сопровождающий не должен на долгое время оставлять костер без присмотра;
- разбивать лагерь и разводить костер разрешается только в обозначенных и специально оборудованных для этого местах;

- весь не биоразлагаемый мусор необходимо собирать в обозначенном гидом месте для дальнейшего вывоза;

- во время грозы необходимо держаться как можно дальше от различных деревьев.

3) Меры безопасности во время проведения военно-командных спортивных игр:

- всем находящимся участником туристической группы, находящимся на месте проведения военно-командной спортивной игры запрещено снимать экипировку (маску, очки, шапку и т.д.). если участнику необходимо снять предмет экипировки он должен завязать на руке красный платок или поднять его над головой и пройти к месту нахождения руководителя группы смотрящего за процессом игры и уже после это ему разрешено снять тот или иной элемент экипировки;

- во время игры всем участникам строго запрещено стрелять навскидку не прицелившись;

- запрещено стрелять по людям направляющихся в сторону местонахождения руководителя с красным платком;

- во время проведения игры один из сопровождающих гидов должен находиться в лагере для безопасности имущества туристов;

- для участия в игре турист должен одеть толстые штаны, шапку, закрытую обувь и одежду с высоким воротником;

- запрещено стрелять из пневматического оружия в случайных прохожих и зверей;

- настройку оружия проводить строго стоя спиной к людям;

- во время игры запрещается наносить удары пневматическим оружием по людям, окнам или другим объектам;

- во время игры запрещается уходить за зону проведения;

- для объявления перерыва необходимо всей командой подойти к руководителю с красным платком и запросить остановку игры;

- в случае попадания по туристу снаряда турист должен достать красный платок и пройти к начальной точке;
- в случае травмы участник игры должен попросить товарища по команде сходить и уведомить о данном событии руководителя после чего игра будет остановлена;
- запрещено перемещаться сквозь кустарник;
- запрещено использовать предметы находящиеся на месте проведения в качестве оружия, отвлечения и т.д.

3.2 Расчет стоимости тура

Расчет стоимости тура произведен в таблице 6.

Таблица 6 – Расчет тура

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	в %	В стоимостном выражении на всю группу (руб.)	на 1 туриста (руб.)
1. Транспорт		14 000	1 170
2. Проживание		25 200	2 100
3. Питание (включено)		9 086	760
4. Расходы на экскурсию и программу		45 200	3 770
Итого прямых затрат		93 486	7 800
5. Косвенные расходы туроператора	10	9 348	780
6. Страховка		5 992	500
Полная стоимость тура		108 826	9 080

В данной калькуляции учитывается проживание, проезд и питание двух гидов-инструкторов.

В первой строке «Транспорт» присутствует стоимость проезда из Благовещенска в Прогресс и обратно, в калькуляцию включаются только те расходы, которые входят в обязательную программу тура.

В транспортные расходы данного тура входят трансферты от

Благовещенск – Прогресс

Прогресс – Благовещенск

Стоимость аренды микроавтобуса на проезд из Благовещенска в Прогресс и обратно на группу из 14 человек составляют 14 000 руб.,

На 1 туриста стоимость равна: $14\ 000\ \text{руб.} / 12 = 1\ 170\ \text{руб.}$

Во второй расчётной строке представлены расходы на проживание, зависящие от арендной платы за палатку и спальный мешок, а также от количества человек в группе, возможных предоставляемых групповых скидок и количества дней тура.

Стоимость проживания рассчитывается исходя из палатки (400 руб. в сутки) и спального мешка (200 руб. сутки):

Спальный мешок и палатка 600 руб. чел./сут. на группу (включая 2 гидов) из 14 человек на 3 дня:

$600\ \text{руб.} * 3\ \text{дня} * 14\ \text{чел.} = 25\ 200\ \text{руб.}$

Таким образом, расходы на проживание всей группы составят – 25 200 руб.

Стоимость для одного туриста составит: $25\ 200\ \text{руб.} / 12\ \text{чел.} = 2\ 100$

Расходы на питание

При анализе цен на 2 завтрака, 1 обед, 2 ужина 1 плотный перекус и 1 небольшой перекус во время похода стоимость на 3 суток было высчитано 9 086 руб. на всю группу из 14 человек исходя из этого стоимость на 1 туриста будет составлять $9\ 086\ \text{руб.} / 12\ \text{чел.} = 760\ \text{руб.}$

Полный разбор приема пищи представлен в таблице 7.

Таблица 7 – Рацион питания во время тура и расчет его стоимости.

День	Наименование рациона	Перечень рациона	Стоимость рациона на группу
1	Плотный перекус	Покупные сэндвичи	$120\ \text{руб.} * 14\ \text{чел.} = 1\ 680\ \text{руб.}$
		Чай	$5\ \text{руб.} * 14\ \text{чел.} = 70\ \text{руб.}$
		Шоколад	$70\ \text{руб.} * 14\ \text{чел.} = 980\ \text{руб.}$
	Ужин	Рагу из овощей 8 пачек по 400 гр.	$73\ \text{руб./пач} * 8 = 584\ \text{руб.}$
		Хлеб (1 булка)	21 руб.

Продолжение таблицы 7

		Компот (покупной) 1 литр	86 руб. / 2 * 14чел.= 602 руб.
2	Завтрак	Овсяная каша 1 кг.	125 руб.
		Сухофрукты 100 грамм	60 руб./кг / 10 * 14 чел. = 84 руб.
		Кофе	11 руб./пак. * 14 чел. = 154 руб.
		Хлеб (1 булка)	21 руб.
	Обед	Тушеная говядина (консервы) 2 банки по 500 грамм	114 руб. * 2 = 228 руб.
		Гречневая каша 2 кг.	63 руб./кг * 2 = 126 руб.
		Чай	5 руб. * 14 чел. = 70 руб.
		Хлеб (1 булка)	21 руб.
	Небольшой перекус	Галеты	45 руб./пач. * 14 чел. = 630 руб.
		Батончик Сникерс	74 руб. * 14 чел. = 1036 руб.
		Горячий шоколад	21 руб./пак * 14 чел. = 294 руб.
	Ужин	Тушеная говядина (консервы) 2 банки по 500 грамм	114 руб. * 2 = 228 руб.
		Макаронны пачка по 400 грамм	52 руб./пач. * 4 = 208 руб.
Чай		5 руб. * 14 чел. = 70 руб.	
Хлеб (1 булка)		21 руб.	
3	Завтрак	Мюсли 7 пачек по 400 грамм по 200 грамм на чел.	112 (руб./пач.) / 2 * 14 чел. = 784 руб.
		Сухое молоко по 200 грамм на чел.	323 руб./кг. / 5 * 14 чел. = 904 руб.
		Кофе	11 руб./пак. * 14 чел. = 154 руб.
		Хлеб (1 булка)	21 руб.
Итого			9 086 руб.

В четвертой графе «Расходы на экскурсию и программу» учитываются только расходы по экскурсии и необходимому инвентарю для нее, и только те, которые входят в основную программу тура, дополнительное экскурсионное обслуживание не учитывается.

Цена рассчитывается из стоимости аренды оборудования и снаряжения, а также стоимости услуг инструкторов, гидов и экскурсоводов

В расчёт стоимости (калькуляцию тура) вносится цена на всю группу туристов и стоимость на одного

В программе тура присутствуют:

- 1) обучение навыкам выживания (600 руб. на 1 чел.)
- 2) инструктор по страйкболу и пейнтболу. (2000 руб. на группу)
- 3) аренда страйкбольного или пейнтбольного снаряжения (1000 руб. на 1 чел./1 день)

Расходы на экскурсионную программу на группу из 12 туристов составят: $3\ 600\ \text{руб.} * 12\ \text{чел.} + 2\ 000\ \text{руб.} = 45\ 200\ \text{руб.}$

Таким образом, расходы на экскурсионную программу на 1 туриста составят:

$$600\ \text{руб.} + 1000\ \text{руб.} * 3\ \text{дня} + 2\ 000\ \text{руб.} / 12 = 3\ 770\ \text{руб.}$$

Для подсчёта прямых затрат необходимо суммировать статьи что перечислялись ранее, то есть расходы на транспорт, питание, проживание и экскурсии суммируются также суммироваться должны как расходы на одного туриста, так и на всю группу.

В итоге стоимость прямых затрат составит:

на 1 человека = $1\ 170\ \text{руб.} + 2\ 100\ \text{руб.} + 760\ \text{руб.} + 3\ 770\ \text{руб.} = 7\ 800\ \text{руб.}$

$$\begin{aligned} \text{на группу из 12 туристов} &= 14\ 000\ \text{руб.} + 25\ 200\ \text{руб.} + 9\ 086\ \text{руб.} + \\ &+ 45\ 200\ \text{руб.} = 93\ 486\ \text{руб.} \end{aligned}$$

К косвенным затратам туроператора относятся расходы по организации набора групп, амортизация основных средств и нематериальных активов, плата за аренду, оплата услуг банков и предприятий связи, расходы по

содержанию офиса, заработная плата с обязательными отчислениями управленческого персонала, агентов и т.д. Накладные расходы включаются в косвенные затраты. Косвенные затраты составляют 10% от итоговой величины прямых затрат.

Итого косвенные затраты туроператора составят:

на 1 туриста = 7 800 руб. * 10% = 780 руб.

на группу из 12 туристов = 93 486 руб. * 10% = 9 348 руб.

Дополнительные расходы на страховку в АО «АльфаСтрахование»

На 1 человека: 428 руб.

На 14 человек: 428*14 = 5 992 руб.

Стоимость на 1 туриста: 500 руб.

Полная себестоимость турпродукта включает в себя как прямые так косвенные затраты туроператора.

В итоге полная себестоимость продукта составляет:

на 1 туриста = 7 800 руб. + 780 руб. + 500 руб. = 9 080 руб.

на группу из 12 туристов = 93 486 руб. + 9 348 руб. + 5 992 руб. = 108 826 руб.

В итоге был разработан военно-командный спортивный тур в заброшенное село Кивда, продолжительностью в 3 дня / 2 ночи, представляющий собой тур выходного дня в совокупности с военно-командными спортивными играми и экологическо-познавательной деятельностью.

Используя различные данные из интернета и реальной жизни был проведен полный расчет стоимости тура, конечная стоимость которого, составила на 1 туриста 9 080 рублей, на группу из 12 чел. – 108 826 рублей.

3.3 Маркетинговое обоснование тура по командному военно-спортивному туризму

Маркетинговые исследования потенциальных потребителей турпродукта является одним из процессов разработки, реализации и продвижения

товаров и услуг, ориентированных на выявление потребностей потребителей, их социально-экономического и демографического статуса.

В рамках исследования потенциального потребителя и спроса на тур командной военно-спортивной тематике, было проведено анкетирование 142 людей используя ресурсы Интернет-анкетирования для выявления самых предпочитаемых мест проведения командного военно-спортивного туризма, социально-экономического статуса туристов и их предпочтений в плане выбора командных военно-спортивных игр и отношения к дополнительным аттракциям во время проведения.

Данное анкетирование проводилось в группах по командной военно-спортивной и схожей с ней тематике. Участникам данных групп была предложена анкета, приведенная в приложении А

Проведя анализ таблицы 8 и рисунка 1, было выявлено, что из 142 опрошенных – лишь 43% ответили положительно, остальные ответили отрицательно (57 %). Таким образом, можно сделать вывод что количество людей в социальных группа по КВС играм лишь половина участвовало в самих играх.

Таблица 8 – Ответы респондентов на вопрос об участии в КВС

Участие в КВС	Чел.	%
Да	61	43%
Нет	81	57%

**Участвовали ли вы когда-нибудь
военно-командных спортивных
играх (страйкбол, пейнтбол,
лазертаг)?**

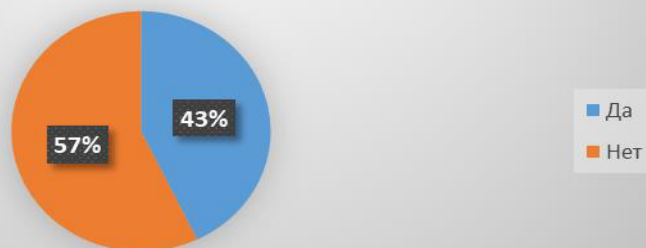


Рисунок 1 – Структура респондентов по участию в КВС

Среди всех опрошенных лишь 7% не проявляют желания участвовать в КВС играх остальные 133 человека (93%) изъявили желание в участии в данном мероприятии. Данные представлены в таблице 9 и рисунке 2.

Таблица 9 – Ответы участников анкетирования о желании участвовать в КВС играх

Желание участвовать в КВС	Чел	%
Да	133	93
Нет	9	7

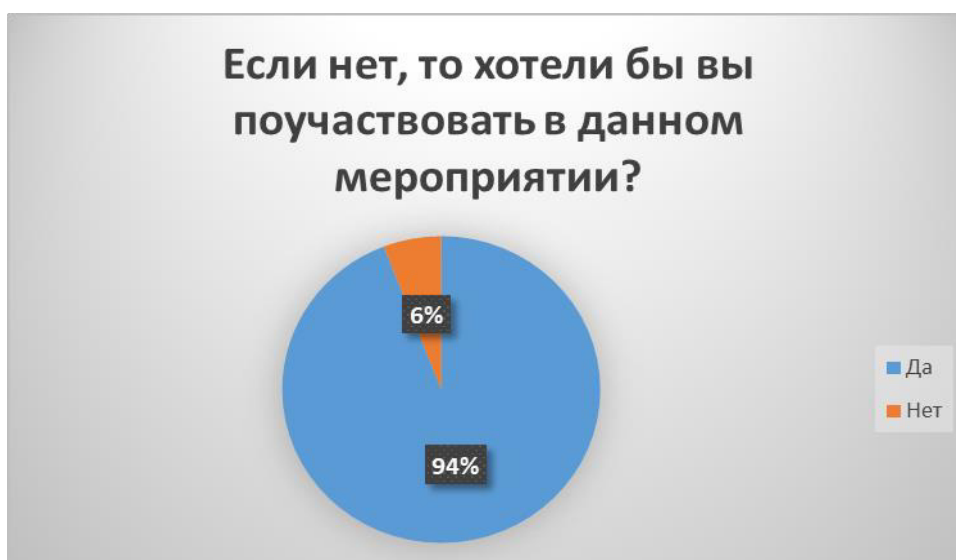


Рисунок 2 – Структура желания респондентов в участии в КВС

Предпочтения в видах КВС игр.

57% рецензентов предпочитают страйкбол. Следующий по популярности ответ пейнтбол (33%) и наименее популярный лазертаг (10%).

Из чего можно сделать вывод что в Амурской области в соц. сетях по КВС наибольшее предпочтение отдается страйкболу. Данные представлены в таблице 10 и рисунке 3.

Таблица 10 – Предпочтение видов КВС

Предпочтения вида КВС	Чел.	%
Страйкбол	81	57%
Пейнтбол	46	33%
Лазертаг	15	10%

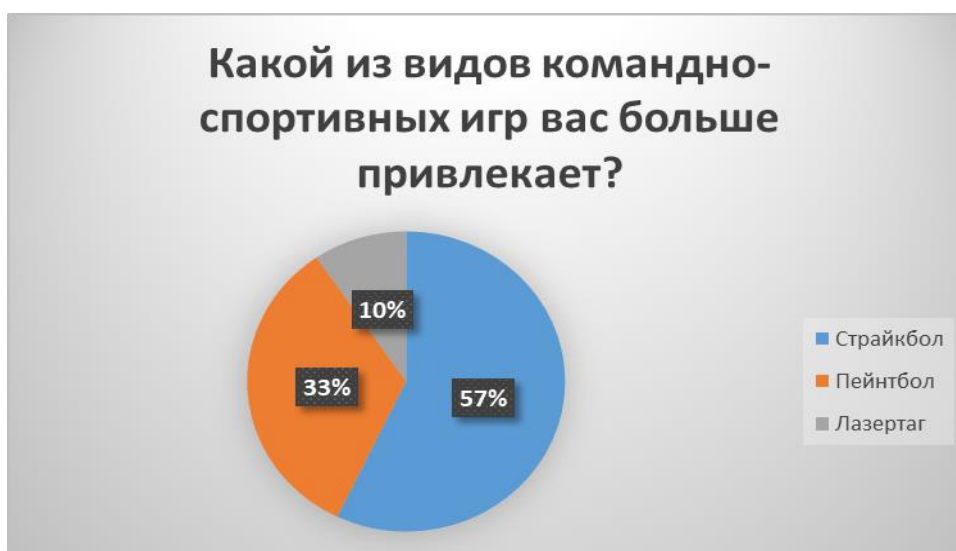


Рисунок 3 – Структура предпочтений видов КВС

Больше всего потенциальные потребители желают посещать места КВС 1-2 раз в неделю (52,4%) следующая частота посещения 1-2 раза в месяц (28,6%) и 1-2 раза в год (19%). Из чего можно сделать вывод что места проведения КВС довольно популярны среди опрошенных. Данные представлены в таблице 11 и рисунке 4.

Таблица 11– Ответы пожеланий о частоте посещения мест КВС

Желание посещения мест КВС	Чел.	%
1-2 раза в год	27	19 %
1-2 раза в месяц	40	28,6 %
1-2 раза в неделю	75	52,4 %

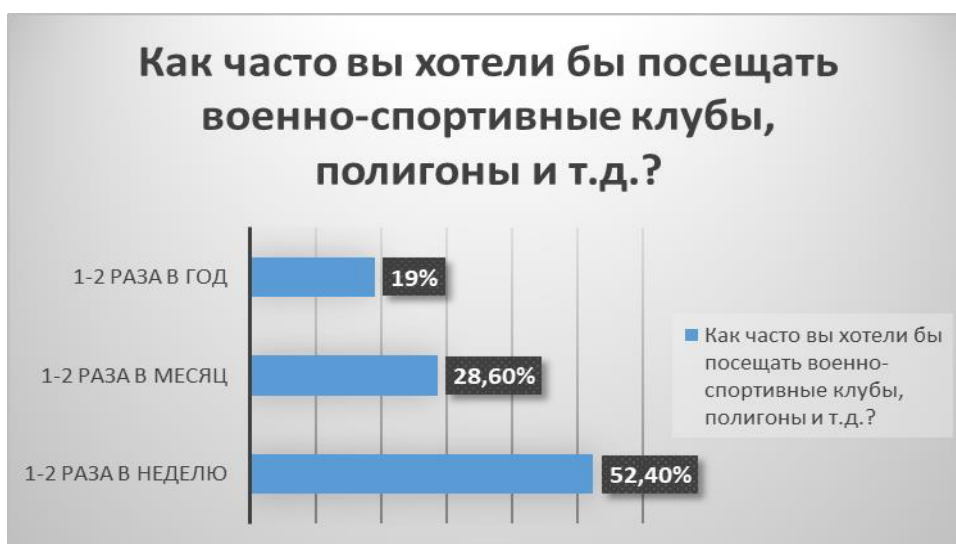


Рисунок 4 – Структура предпочтений рецензентов о посещениях мест КВС

Почти у половины респондентов уже есть сформированная команда по КВС играм (48%) у остальных же ее нет (52%) из чего можно сделать вывод что создаваемый в последствии тур должен быть ориентирован как на без командных игроков, так и на командных. Данные представлены в таблице 12 и рисунке 5.

Таблица 12 – Ответы респондентов на вопрос о сформированных командах

Участие в сформированных командах	Чел.	%
Да	68	48%
Нет	74	52%

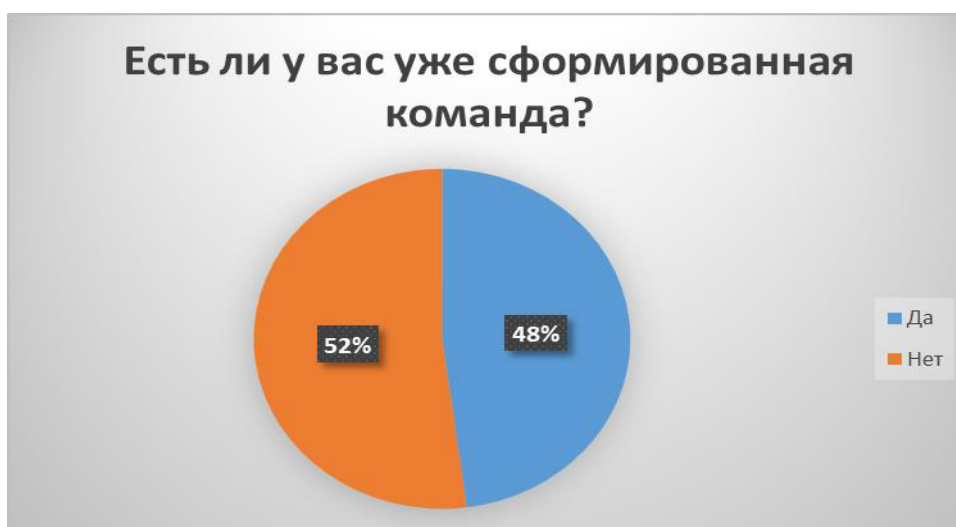


Рисунок 5 – Диаграмма участия в сформированных командах рецензентов

Исходя из данного вопроса можно увидеть, что у больше трети опрошенных нет какой-либо экипировки (42,9%) но при этом у 38,1% присутствует полная экипировка для КВС игр и у 19% она присутствует частично. Данные представлены в таблице 13 и рисунке 6.

Таблица 13 – Ответы участников опроса о наличии экипировки

Наличие экипировки	Чел	%
Есть	27	19%
Частично	54	38%
Нет	61	43%

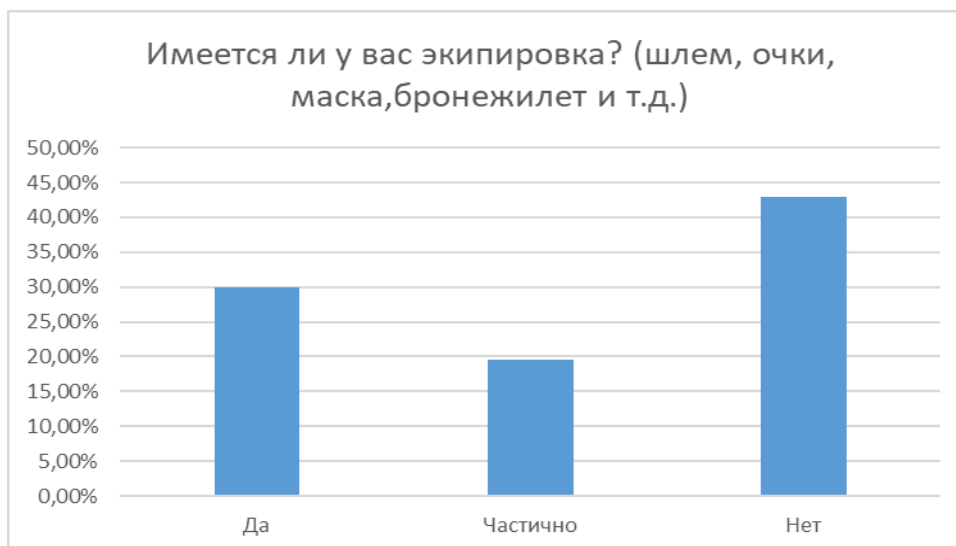


Рисунок 6 – Структура респондентов по обладанию экипировкой

Из данного вопроса можно сделать вывод что 77% опрошенных людей желают отправиться в тур по данной тематике, но при этом 23% изъявили свое нежелание. Данные представлены в таблице 14 и рисунке 7.

Таблица 14 – Ответы на вопрос о желании посещения тура по КВС

Желание отправиться в тур	Чел	%
Да	109	77%
Нет	33	23%



Рисунок 7 – Гистограмма желания респондентов в посещении туров по КВС

Цель данного вопроса была в выявлении продолжительности тура, по мнению рецензентов. Из данных можно сделать вывод что потенциальный потребитель предпочитает формат выходного дня (1-2 дня) на данный пункт ответило 57% опрошенных, следующее по популярности тур на 3-5 дней (24%) и наименьшую популярность набрал тур на 5-7 дней (19%). Данные представлены в таблице 15 и рисунке 8.

Таблица 15 – Ответы респондентов о предпочтении продолжительности тура

Предпочтения длительности тура	Чел	%
1-2 дня	81	57%
3-5 дней	32	24%
5-7 дней	29	19%

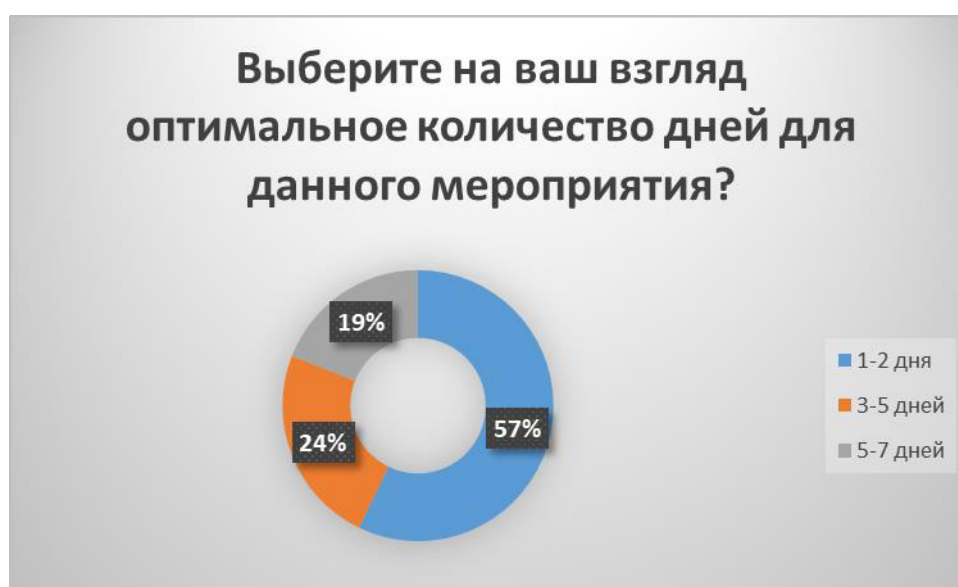


Рисунок 8 – Структура предпочтений рецензентов о длительности тура

В данном вопросе наибольшую популярность получили городская местность (66,7%) и лесная (76%) следующая по популярности сельская (47,6%) и наименее популярны холмистая (14,3%) и равнинная (4,8%). Эти данные говорят нам о предпочтениях потребителей в плане местности проведения тура. Данные представлены в таблице 16 и рисунке 9.

Таблица 16 – Ответы опрашиваемых о предпочтении места проведения тура

Предпочтения местности	Чел	%
Городская	95	66,7%
Сельская	68	47,6%
Лесная	108	76%
Холмистая	20	14,3%
Равнинная	7	4,8%

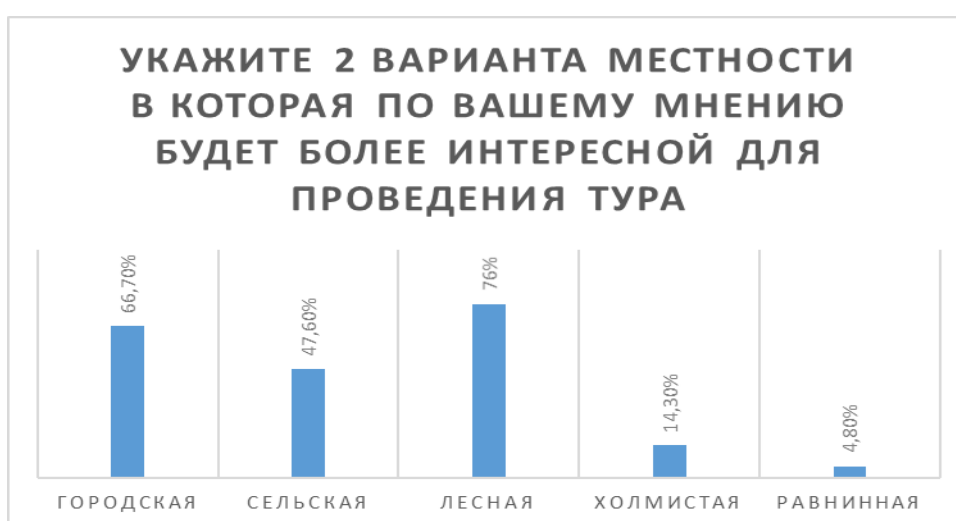


Рисунок 9 – Структура предпочтений рецензентов о месте проведении тура по КВС

Из ходя из данных в этом вопросе можно увидеть, что большинство рецензентов предпочитают добраться до места проведения на авто (81%) чем пешком (19%). Данные представлены в таблице 17 и рисунке 10.

Таблица 17 – Предпочтения средства передвижения

Способ передвижения	Чел.	%
Авто	115	81%
Пешком	27	19%

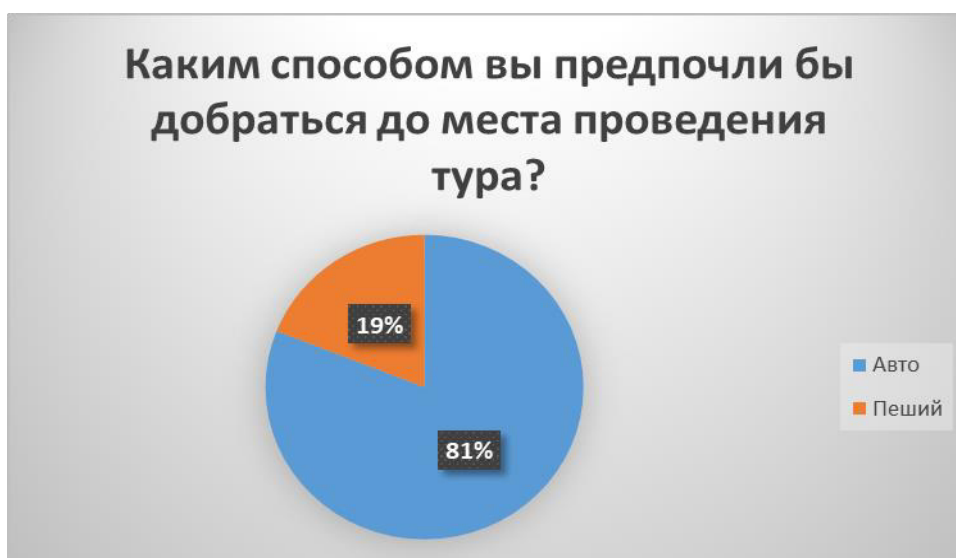


Рисунок 10 – Диаграмма предпочтений о способе передвижения до места проведения КВС

Целью данного вопроса было выявление желания потребителя обучению различным вида выживания во время тура. Здесь можно заметить, что 28% не проявляют интереса к данной услуге, но при это 72% хотят обучиться этому. Данные представлены в таблице 18 и рисунке 11.

Таблица 18 – Ответы на вопрос о желании обучения навыкам выживания

Желание обучиться навыкам выживания	Чел	%
Да	102	72%
Нет	40	28%

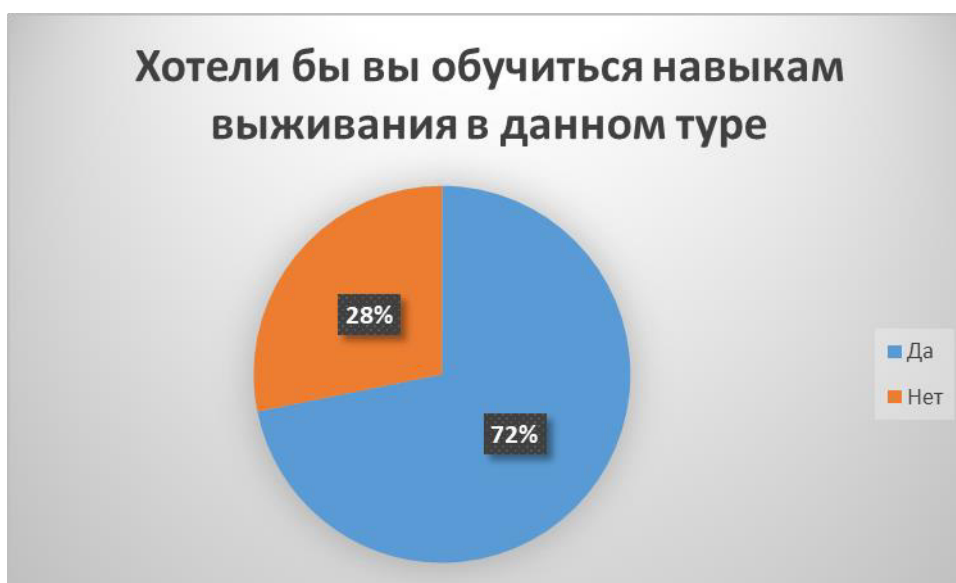


Рисунок 11 – Структура желания рецензентов обучению дополнительным навыкам

Цель данного вопроса выявить основную сферу деятельности рецензентов. Основная часть опрошенных это работающие по найму (54%) остальные же это индивидуальные предприниматели 18% студенты 16% и вахтовики 12%. Данные представлены в таблице 19 и рисунке 12.

Таблица 19 – Сфера деятельности рецензентов

Сфера деятельности	Чел	%
Студент	23	16%
Предприниматель	26	18%
Вахтовик	16	12%
Работающий по найму	77	54%

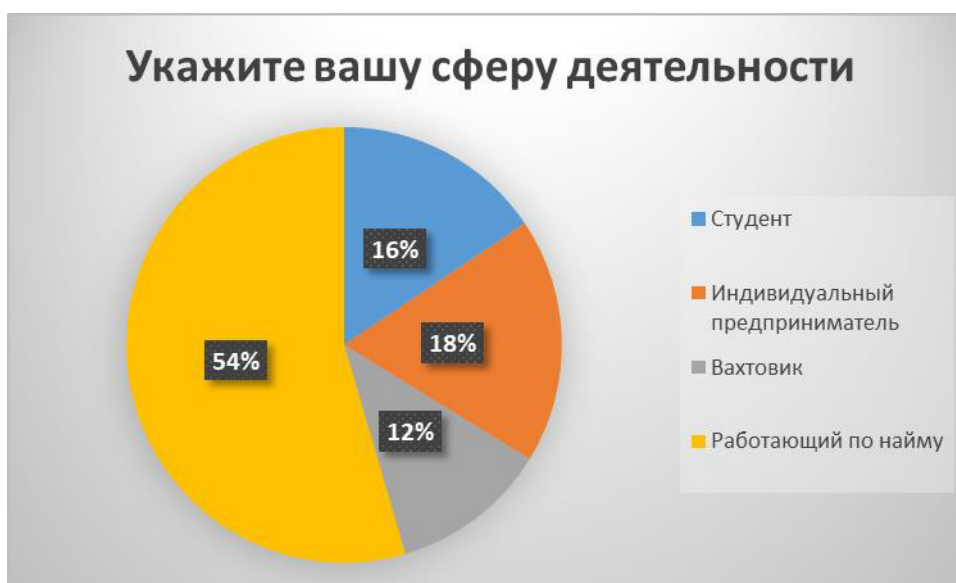


Рисунок 12 – Структура рецензентов по виду деятельности

Цель данного вопроса заключается в выявлении примерной оценочной стоимости по мнению потребителя и его готовность потратить ту или иную сумму на тур. Наибольшую популярность набрала сумма, которую готов потратить рецензент от 5000 руб. до 10000 руб. (44%) далее идет сумма от 3000 руб. до 5000 руб. (37%) и наименьшую снискала сумма от 10000 руб. и до 20000 руб. (19%). Данные представлены в таблице 20 и рисунке 13.

Таблица 20 – Оценочная стоимость тура по мнению анкетированных

Предполагаемая стоимость тура	Чел.	%
От 3000-5000 руб.	53	32%
От 5000-10000 руб.	62	44%
От 10000-20000 руб.	27	19%

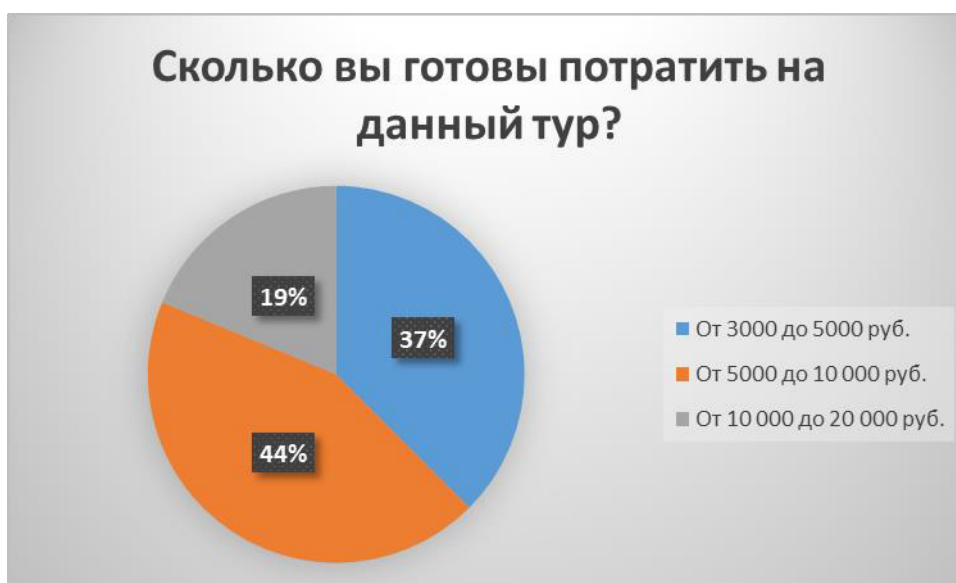


Рисунок 13 – Структура предпочтений рецензентов по стоимости тура

Исходя из данных на рисунке 14 и таблице 21 можно сделать вывод что возраст большинства рецензентов варьируется от 18 до 22 лет (66,7%) далее идет люди с возрастом от 22 до 28 лет (19%) и последнее количество людей имеют возраст от 28 и более (14%). Из чего можно сделать вывод что возраст предполагаемого потребителя равняется от 18 до 22 лет.

Таблица 21 – Структура респондентов по возрасту

Возрастной диапазон	Чел	%
18-22	95	66,7%
22-28	27	19%
28 и более	20	14,3%

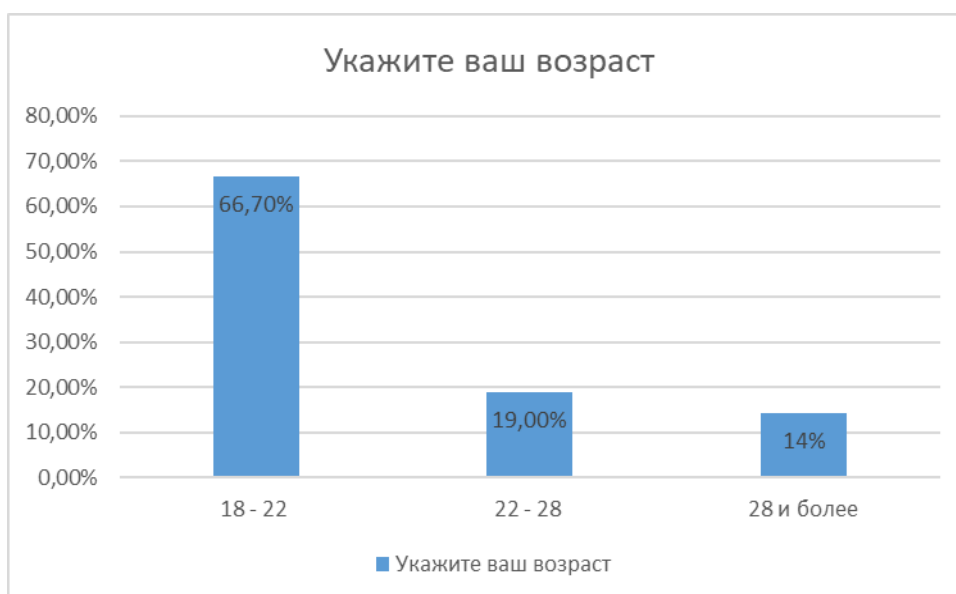


Рисунок 14 – Гистограмма рецензентов по возрасту

В данном анкетировании приняли участие 92% мужчин и всего лишь 8% женщин. Из чего можно сделать вывод что преобладающим числом потенциальных покупателей являются мужчины. Данные представлены в таблице 2 и рисунке 15.

Таблица 22 – Структура респондентов по полу

Пол	Чел	%
Мужской	131	92%
Женский	11	8%



Рисунок 15 – Структура рецензентов по полу

Из всего вышеизложенного можно составить портрет потребителя с его предпочтениями в отношении военно-командного спортивного туризма:

- 1) мужчина;
 - 2) 18-20 лет;
 - 3) работающий по найму;
 - 4) ранее не участвовавший в военно-командных спортивных мероприятиях;
 - 5) нет сформированной команды
 - 6) Отсутствует экипировка
 - 7) предпочитает страйкбол
 - 8) желает отправиться в тур по КВС и поучаствовать в различных дополнительных мероприятиях
 - 9) готов отправиться на 1-2 дня добираясь до места проведения на авто;
 - 10) предпочитает городскую и лесную местность как место проведения мероприятия;
 - 11) готов потратить не более 10 тысяч на данный тур;
- Желаемая частота посещения мест КВС 1-2 в неделю.

В данной главе были проанализированы не многочисленные туры по командному военно-спортивному туризму, предложенные туристическими организациями и клубами по командным военно-спортивным играм.

В ходе анализа и анкетирования было выявлено, что туры среди членов клубов и групп по командным военно-спортивным играм пользуются популярностью, не смотря на свою дороговизну и отдаленность территории.

Так же был разработан командный военно-спортивный тур в заброшенное село Кивда на территории Амурской области и проведена его калькуляция.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что командные военно-спортивные туры в Амурской области имеют неограниченный потенциал.

В основном же так как туры предлагают различные клубы данный вид туризма толком не имеет поддержки в развитии. Во многом это является главной причиной слабо развитости данного вида туризма так как ранее было сказано клубы редко массово рекламируют свои продукт благодаря этому основными покупателями данных туров являются люди, которые уже участвовали в подомных мероприятиях.

В Амурской области можно провести увлекательный отдых в компании если добавить элемент командного военно-спортивного туризма в маршрут.

Данная область подходит практически для всех видов туров выходного дня, а так как командный военно-спортивный туризм крайне схож с данным видом туризма можно сделать вывод что и для командного военно-спортивного туризма есть место в Амурской области.

Амурская область имеет крайнее удачное расположение для командного военно-спортивного туризма за счет множества лесов холмов и различных заброшенных рукотворных сооружений. Потребители тура могут найти в этой области не мало интересных, познавательных и запоминающихся мест для активного отдыха и развлечения.

Единственное, что нужно всегда помнить при организации и проведении командных военно-спортивных туров – это, конечно же, безопасность как потребителей так и природы в которой будет проходить данный маршрут.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Александрова, А.Ю. Международный туризм: Учеб. пособ. / А.Ю. Александрова – М.: Аспект Пресс, 2008. – 243 с.
- 2 Алексунин, В.А. Маркетинг: Краткий курс. / В.А. Алексунин– М.: ИД «Данилов и Ко», 2009. – 451 с.
- 3 Балабанов, И.Т. Экономика туризма: Учеб. пособ. / И.Т. Балабанов – М.: Финансы и статистика, 2009.
- 4 Бекирова, М.Г. Физическое воспитание и спортивная тренировка / М.Г. Бекирова– Волгоград: ВГАФК, 2013г. – 85 с.
- 5 Барышев, А.Ф. Маркетинг: Учебник. / А.Ф. Барышев– М.: Изд. центр «Академия», 2007. – 168 с.
- 6 Биржаков, М.Б. Введение в туризм. / М.Б. Биржаков– СПб.: Издательский Торговый дом «Герда», 2007.
- 7 Веснин, В.Р. Основы менеджмента. / В.Р. Веснин – М.: Триада-ЛТД, 2009.
- 8 Виханский, О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: Учебное пособие. / О.С. Виханский, А.И. Наумов – М.: МГУ, 2009.
- 9 Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг: Учебное пособие. - М.: ТЕИС, 2011. - 167 с.
- 10 Голубков, Г.Л. Маркетинговые исследования: теория, практика, методология. / Г.Л. Голубков – М: Изд-во «Финпресс». 2008. – 416 с.
- 11 Грачева, О.Ю. Организация туристического бизнеса. Технология создания турпродукта. / О.Ю. Грачева [и др.]. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 251 с.
- 12 Дмитриев, М.Н. Экономика туристского рынка: учебник / М.Н. Дмитриев – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 311 с.

- 13 Долматов, Г.М. Международный туристский бизнес: история, реальность и перспективы. / Г.М. Долматов– Ростов н / д: Феникс, 2011. – 317 с.
- 14 Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособ. для студентов вузов. / А.П. Дурович– Минск: Новое знание, 2008. – 495 с.
- 15 Есаулова, С.П. Информационные технологии в туристической индустрии. / С.П. Есаулова– М.: Дашков и Ко, 2011. – 141 с.
- 16 Зорин, И.В. Энциклопедия туризма. / И.В. Зорин – М.: Финансы и статистика, 2011. – 364 с.
- 17 Кабушкин, Н.И. Основы менеджмента: Учеб. пособ. / Н.И. Кабушкин– Мн.: Новое знание, 2009.
- 18 Карпов, С.О. Анализ конкурентной стратегии турагентства: Справочная информация. / С.О. Карпов – Полевской: ИБК, Полевская Тур Библиотека, 2011. – 55 с.
- 19 Квартальнов, В.А. Туризм / В.А. Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2009.
- 20 Лукичева, Л.И. Менеджмент туризма: Основы менеджмента: Учебник. / Л.И. Лукичева – М.: Финансы и статистика, 2009.
- 21 Маринин, М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. / М.М. Маринин – М.: Финансы и статистика, 2012. – 140 с.
- 22 Моисеева, Н.К. Стратегическое управление туристической фирмой. / Н.К. Моисеева – М.: Финансы и статистика, 2008.
- 23 Мохова, Ю.А. Турфирма: с чего начать, как преуспеть. / Ю.А. Мохова, Г.А. Мохов – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.
- 24 Папирян, Г.А. Международные экономические отношения: Маркетинг в туризме. / Г.А. Папирян– М.: Финансы и статистика, 2011. – 157 с.
- 25 Родионов, М.В. Туризм и туристическая деятельность. / М.В. Родионов – М.: А-Приор, 2010. – 366 с.

26 Сенин, В.С. Организация международного туризма. / В.С. Сенин – М.: Финансы и статистика, 2009. – 399 с.

27 Соболева, Е.А. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы: Учебное пособие. / Е.А. Соболева – М.: Финансы и статистика, 2012. – 121 с.

28 Удальцова, М.В. Сервисология. Человек и его потребности. / М.В. Удальцова, Е.В. Наумова – М.: Омега-Л, 2011. – 159 с.

29 Уткин, Э.А. Стратегический менеджмент. Вопросы и ответы. Пособие для подготовки к экзамену. / Э.А. Уткин, Т.В. Бутова – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2010.

30 Ушаков, Д.С. Экономика туристской отрасли. / Д.С. Ушаков – Ростов н /Д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. – 446 с.

31 Чудновский, А.Д. Менеджмент туризма: Учебник. / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова – М.: Финансы и статистика, 2008.

32 Янкевич, В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт. / В.С. Янкевич – М.: Финансы и статистика, 2009. – 415 с.

33 ru.wikipedia.org: Википедия [Электронный ресурс]. – 15.12.2001. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/> - 10.05.2020

34 consultant.ru: Консультант Плюс статистика [Электронный ресурс]. – 24.04.2009. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. - 10.05.2020

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкета

Здравствуйтесь!

Приглашаем вас принять участие в исследовании с целью выявления портрета потребителя командно-военного спортивного тура в Амурской области. Вопросы в данной анкете могут быть как с однозначным ответом, так и с несколькими вариантами.

- 1 Участвовали ли вы когда-нибудь военно-командных спортивных играх (страйкбол, пейнтбол, лазертаг)?
 - а) да;
 - б) нет;
- 2 Если нет, то хотели бы вы поучаствовать в данном мероприятии?
 - а) да;
 - б) нет;
- 3 Как часто вы хотели бы посещать страйкбольные клубы, полигоны и т.д.?
 - а) каждый день;
 - б) 1-2 раза в неделю;
 - в) 1-2 раза в месяц;
 - г) 1-2 раза в год;
- 4 Имеется ли у вас экипировка?
 - а) да;
 - б) частично;
 - в) нет;
- 5 Есть ли у вас уже сформированная команда?
 - а) да;
 - б) нет;

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

6 Хотели бы вы отправиться в тур по данной тематике?

- а) да;
- б) нет;

7 Каким способом вы предпочли бы добраться до места проведения тура?

- а) пешком;
- б) на авто;

8 Какой из видов командно-спортивных игр вас больше привлекает?

- а) страйкбол;
- б) пейнтбол;
- в) лазертаг.

9 Выберите на ваш взгляд оптимальное количество дней для данного мероприятия?

- а) 1-2;
- б) 3-4;
- в) 5-7;

10 Укажите ту местность в которая по вашему мнению будет более интересной для проведения тура.

- а) лесная;
- б) равнинная;
- в) городская;
- г) сельская

11 Хотели бы вы обучиться навыкам выживания в данном туре?

- а) да;
- б) нет;

12 Укажите вашу сферу деятельности:

- а) студент;
- б) вахтовик;
- в) индивидуальный предприниматель;

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

г) работающий по найму.

13 Сколько вы готовы потратить на данный тур?

- а) 3 000 – 5 000 руб.;
- б) 5 000 – 10 000 руб.;
- в) 10 000 – 20 000 руб.;

14 Укажите ваш возраст.

- а) 18 - 24;
- б) 24 - 28;
- в) 28 и более.

15 Укажите ваш пол.

- а) мужской;
- б) женский;

Спасибо!