

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/34849>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Туризм

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1 ОСОБЕННОСТИ ТУРОВ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ 7

1.1 Турпродукт: виды и их особенности 7

1.2 Понятие и специфика спортивно-оздоровительного туризма в России 10

1.3 Проблемы и перспективы развития спортивно-оздоровительного туризма в РФ 12

ГЛАВА 2 ОРГАНИЗАЦИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТуРА (НА ПРИМЕРЕ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ) 24

2.1 Анализ организации спортивно-оздоровительного тура (на примере Московской области) в «Альянс» 24

2.2 Рекомендации по совершенствованию организации спортивно-оздоровительного тура 28

2.3 Экономическая эффективность спортивно-оздоровительного тура 43

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 48

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 50

Введение

Актуальность темы исследования. Современный человек, как известно, склонен к гиподинамии. Он зачастую мало двигается, постоянно сидя за компьютером в одной позе. Отсюда – масса различных неприятных ощущений и заболеваний. Довольно молодые люди порой страдают от шейного остеохондроза, имеют проблемы с осанкой и зрением. Чтобы восполнить недостаток активного движения, был придуман спортивный туризм.

Благодаря такому способу отдыха, многие люди восстанавливают свою спортивную форму, что позволяет им легко продержаться без заболеваний еще один год, до очередного спортивного путешествия. Как правило, в группы спортивного туризма набираются люди, близкие по духу, и там они очень быстро становятся друзьями. Здесь всегда придут на помощь, подставят плечо, помогут преодолеть трудности. Интеграция разновидностей спортивно-оздоровительного туризма охватывает широкий круг вопросов, начиная от обучения и воспитания в образовательном процессе, раскрытия структуры образования и заканчивая осмыслением оснований здоровьесбережения как органической части развития личности в постоянно меняющемся отношении социума к физической культуре самой личности. Осуществление спортивно-оздоровительного направления в сфере туризма должно отвечать требованиям, которые предъявляются к физкультурно-оздоровительным и спортивным услугам, оказываемых организациями и индивидуальными предпринимателям на территории РФ и этому способствует Государственный стандарт РФ «Физкультурно-оздоровительные и спортивные услуги», введенный 1 июля 2002 г. Данный стандарт устанавливает классификацию физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг. В стандарте даны определения:

- физкультурно-оздоровительная услуга - деятельность по удовлетворению потребностей потребителя в поддержании и укреплении здоровья, физической реабилитации, а также проведении досуга;
- спортивная услуга - деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя в достижении спортивных результатов.

Спортивно-оздоровительный туризм объединяет в себе возможность реализовывать установленные в данном государственном документе виды услуг. При этом в связи с тем, что люди отличаются друг от друга, как своими потребностями, так и уровнем дохода, на практике рынок услуг в сфере спортивно-оздоровительного туризма представляет собой сложную мозаику – от оздоровительно-рекреативных услуг до использования в процессе досуга экстремальных видов спорта.

В настоящее время индустрия спортивно-оздоровительного туризма является динамически развивающейся и инновационной по своему содержанию. Современная реальность такова, что большая часть туристических организаций не в состоянии эффективно организовать спортивно-оздоровительные туры из-за ряда объективных факторов, в числе которых отсутствие ресурса специалистов, имеющих специальную подготовку в области сервиса и способных обеспечить услуги по физической рекреации и экстремальному туризму.

На современном этапе сфера спортивно-оздоровительного туризма остро нуждается в высококвалифицированных специалистах, осуществляющих профилактическое оздоровление населения средствами и методами туризма и физической рекреации в следующих двух направлениях: ежедневном и еженедельном компенсаторном восстановлении психофизических сил человека и расширенном - в процессе отпускного периода .

Сегодня спортивно-оздоровительный туризм может быть лыжным, водным или горным.

Понятно, что лыжный активный отдых осуществляется в зимнее время (либо в холодных странах). И связан он с большими переходами на лыжах по просторам нашей Родины или зарубежья.

Водный туризм – это сплав по рекам на различных плавсредствах: байдарках, каноэ, плотках и так далее.

Такой вид отдыха, конечно, предпочтительнее летом, ведь купание осенью или весной в бурной реке – занятие не из приятных.

Горный спортивный туризм – это пешие путешествия по горам. В нашей стране имеется масса мест, где проходят такие маршруты. Но и за границей тоже всегда можно найти интересный маршрут и подобрать для его прохождения группу близких по духу людей.

Иногда спортивно-оздоровительный туризм приравнивают к отдельному виду спорта. Однако есть еще и такое понятие, как рекреация и спортивно-оздоровительный туризм. Это активный отдых, в процессе которого группа людей преодолевает определенный участок земной поверхности, называемый маршрутом. И описанными выше видами спортивного туризма дело здесь не ограничивается. Сегодня сюда относят авто-, мототуризм, велосипедный, конный, мотоциклетный, пешеходный туризм и другие. В этот список стоит также добавить спелеотуризм и автостоп .

Спортивно-оздоровительный туризм может быть разделен и по возрастным категориям. Различают детский, юношеский, взрослый и семейный спортивный туризм. Понятно, что в зависимости от состава группы, возраста и подготовки и происходит выбор маршрута для прохождения. В семейном туризме, который, кстати, можно отнести к рекреации и спортивно-оздоровительному туризму, естественно выбирают такой маршрут, который оказался бы под силу всем членам семьи, участвующим в походе .

Изложенный выше материал позволяет констатировать, что спортивно-оздоровительное направление туризма – это социально-ориентированная сфера образа жизни человека. По мере улучшения благосостояния нашего общества и улучшения качества жизни населения развитие данного направления будет иметь прогрессивно-поступательный характер, а потребность в специалистах по рекреации и спортивно-оздоровительному туризму на российском и мировом рынках труда увеличиваться.

Цель исследования - организация спортивно-оздоровительного тура.

Задачи исследования:

- 1) изучить особенности туров спортивно-оздоровительного туризма в России;
- 2) проанализировать организацию спортивно-оздоровительного тура;
- 3) дать рекомендации по совершенствованию организации спортивно-оздоровительного тура;
- 4) рассчитать экономическую эффективность спортивно-оздоровительного тура.

Объект исследования – спортивно-оздоровительный тур.

Предмет исследования – организация тура.

Практическая значимость исследования состоит в том, что разработанный спортивно-оздоровительный тур может быть рассмотрен как полноценный туристический продукт.

Работа по структуре состоит из введения, двух глав основного текста, заключения и списка использованных источников.

Глава 1 Особенности туров спортивно-оздоровительного туризма в России

1.1 Турпродукт: виды и их особенности

Туристский продукт представляет собой совокупность услуг, которые оказываются клиентам турфирмой.

Конкурентоспособность и устойчивое положение на рынке туристских слуг зависит, прежде всего, от качества и характеристик турпродукта, разрабатываемого туроператором. Практически все маркетинговые программы фирмы направлены на его модернизацию, ценообразование, продвижение и стимулирование продаж. Разность в восприятии турпродукта между производителем и покупателем способствуют

постоянному исследованию потребительских рынков. Разрабатывая новый пакет услуг, туроператор должен учитывать момент эмоций, возникающих в результате его потребления. Насколько новинка будет соответствовать внутреннему замыслу и представлению туриста.

Формирование нового турпродукта проходит через несколько этапов:

- Генерирование идей. Заключается в разработке количественных и качественных особенностей новой продукции в результате проведенного анализа рынка туристских услуг. Для турфирмы предпочтительно проводить постоянную разработку новых концепций, которые в будущем могут вполне стать самостоятельными идеями. Это необходимо для того, чтобы всегда идти в ногу с современными веяниями в индустрии туризма.
- Создание проекта турпродукта. Данный этап представляет собой материализацию идеи или замысла в конкретный предмет со своими особенностями, которые должны отвечать требованиям туристов и возможностям туроператора. Необходимо проработать маршрут, форму туризма, сформировать совокупность услуг.
- Пробный маркетинг. Представляет собой выпуск на рынок небольшой партии нового туристского продукта с целью определить, насколько положительно он был воспринят потенциальными клиентами. На данном этапе также определяются недостатки и принимаются решения для улучшения качества турпродукта и придания ему законченного вида. Для современных турфирм характерно привлечение партнеров для проведения ознакомительного тура, чтобы впоследствии провести опрос.
- Коммерциализация нового турпродукта. Подразумевает стимулирование продаж и организацию массового потребления новинки.

Таким образом, создание нового тура – процесс поэтапный, в котором каждая составляющая должна прорабатываться отдельно.

Формирование основного и дополнительного комплекса услуг. Среди новых предложений туроператора принято выделять туры, туристско-экскурсионные услуги, товары, к которым также можно отнести сувенирную продукцию. Основой любого турпродукта является тур, который обладает своими специфическими свойствами и ценой. Его структура подразумевает наличие двух составляющих – маршрут и комплекс услуг.

Маршрут – это логически обоснованный перечень географических пунктов, которые посещает турист, подкрепленный транспортным обеспечением. Комплекс услуг в туре подразумевает их номенклатуру и уровень качества. При создании нового турпродукта учитывается разделение услуг на основные и дополнительные. В ходе проработки основного пакета услуг должны быть предусмотрены перевозка пассажиров, их размещение и наличие предприятий питания. Далее туроператор разрабатывает то, что, как правило, определяет характер продукта. Сюда можно отнести проведение экскурсий и посещение достопримечательностей, анимация, предоставление сувенирной продукции и прочее.

Создание туристического продукта проходит следующие этапы:

- внесение идей относительно нового турпродукта, качественных и количественных свойств;
- разрабатывается концепция нового турпродукта, придаются ему конкретные потребительские свойства;
- проводится пробный маркетинг, т.е. на рынке продается первая партия данного нового турпродукта;
- коммерциализация данного нового туристического продукта.

Основным турпродуктом чаще всего является тур, т.е. путешествие или поездка по турне.

Индивидуальные туры дают туристу больше самостоятельности и независимости. Хотя они дороже других туров. Поэтому данный вид туров доступен не всем туристам.

Групповые туры дешевле и доступнее обычному туристу, но в данных поездках каждый турист должен подчиняться установленному порядку. Создание данного привлекательного туристического продукта считается самой первой и важной задачей.

Здесь специалисты выделяют несколько основных потребительских свойств:

- надежность;
- обоснованность;
- целостность;
- простота;
- гибкость;
- полезность.

1.2 Понятие и специфика спортивно-оздоровительного туризма в России

Туризм — это образ жизни, это эффективные технологии комплексного развития личности — детей, молодежи, требующие минимальных вложений со стороны государства и личности.

Можно говорить о многогранности развития личности спортивным туризмом, гранями которого являются — спортивность;

— познавательность;

— природоохранительное значение;

— оздоровительный эффект, физкультурная, рекреационная составляющая (спортивно-оздоровительный туризм);

— развитие духовных составляющих — коллективная поддержка, моральные качества;

— патриотическая составляющая;

— формирование здоровой семьи;

— подготовка кадров для МЧС, армии и др.;

— антинаркотическая, антиалкогольная сторона;

— использование кадрового и интеллектуального потенциала для коммерческого туризма.

Важнейшим показателем отношения студенческой молодежи к здоровому образу жизни является активная форма проведения досуга (активный отдых и спорт), однако доля студентов, предпочитающих её, за последние годы сократилась с 31 до 17 %. Одним из наиболее эффективных и привлекательных средств восстановления является спортивно-оздоровительный туризм. Он рассматривается как основа формирования здорового образа жизни, оздоровления населения, самое действенное средство борьбы с гиподинамией и хроническим психоэмоциональным стрессом, повышения резистентности организма к неблагоприятным факторам среды и деятельности. Феноменом этого массового самостоятельного движения является то, что при минимальной поддержке государства оно успешно может существовать в сложных экономических условиях сегодняшнего дня. Этому способствует высокая доступность, в том числе и материальная, оздоровительных видов туризма для всех категорий и возрастных групп населения, а также пригодность большей части территории Российской Федерации для туристских мероприятий.

Спортивно-оздоровительный туризм – совокупность туров, предполагающих походы по маршрутам определенной категории сложности и соревнования по технике туризма. Он нацелен на повышение мастерства туристов, совершенствование маршрутов, отработку различных приемов страховки и освоение новых видов снаряжения. В спортивном туризме существуют ступени (разряды) и звание мастера спорта. Сложность похода определяется категорией сложности маршрута. В настоящее время к видам спортивного туризма относят пешеходный, лыжный, водный, велосипедный, горный, конный, спелеологический, парусный, авто-мототуризм, комбинированный. Самые массовые из них - пешеходный, водный, горный и лыжный. Наиболее динамично развиваются горный и водный туризм.

Основы категорирования спортивных туристских маршрутов.

Разработаны методические основы категорирования туристских маршрутов в различных видах туризма. В зависимости от трудности преодолеваемых препятствий, района похода, автономности, новизны, протяженности маршрута и ряда других его показателей, характерных для того или иного вида спортивного туризма, походы разделяются на походы выходного дня (ПВД), некатегорийные и категорийные. ПВД - это однодневные и двухдневные походы.

Некатегорийные походы и путешествия - многодневные (более двух дней), проходящие в населенной местности и, как правило, не включающие технически сложные препятствия.

Категорийные походы в порядке возрастающей сложности делятся на шесть категорий сложности.

Основными показателями, определяющими категорию сложности похода, являются локальные препятствия (ЛП) (перевалы, вершины и др.) и иные факторы, характерные для отдельных видов туризма (район, суммарный перепад высот, автономность и т.п.).

1.3 Проблемы и перспективы развития спортивно-оздоровительного туризма в РФ

Современный человек – потребитель комплекса услуг, которые он выбирает. Сфера туризма не становится исключением. Большинство людей в современном мире хотят путешествовать с пользой для здоровья, а не только руководствуясь принципом: «Был – видел». Массовая популяризация здорового образа жизни у населения по всему миру, Россия не стала исключением, приводит к тому, что все больше людей выбирают лечебно-

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.12.2013) // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 5. - С. 410.
2. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 28.06.2009).
3. Александрова А.Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. - 2007. - № 5.- С. 43-62.
4. Андропова Е.М., Романенков А.И., Гржебина Л.М., Подкорытова Е.А., Кутын И.В. Анализ проблем и перспектив развития лечебно-оздоровительного туризма в Крыму // Сервис в России и за рубежом. - 2016. - Т. 10. - № 3 (64). - С. 92-106
5. Боголюбов В.С. Организация специальных видов туризма. - Санкт-Петербург: СПбГИЭУ, 2010. - 116 с.
6. Буйленко В.Ф. Туризм. Учебник. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 416 с.
7. Веткин В.А., Винтайкина Е.В. Технологии создания турпродукта: пакетные туры. М.:КНОРУС, 2010. - 220 с.
8. Виноградова Т.В., Загорин Н.Д., Тубелис Р.Ю. Технология продаж услуг туристской индустрии. М.: Издательский центр «Академия», 2010. - 240 с.
9. Войтюк М.М. Организация сельского туризма. Практические рекомендации по организации альтернативной занятости сельского населения. Библиотечка сельского специалиста. - Вып. 5. М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2010. - 120 с.
10. Кружалин В.И., Мироненко Н.С. и др. География туризма. Учебник. Н. В. Зигерн-Корн, Н. В. Шабалина. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 336 с.
11. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. Учебник. — М.: КНОРУС, 2008. — 400 с.
12. Международный туризм и спорт. Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием 21–22 ноября 2013 г. Под ред. Ю.В. Жилковой, З.В. Макаренко; сост. И.Е. Евграфов. - М.: ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», 2013. - 280 с.
13. Молодежный спортивный и спортивно-оздоровительный туризм: современное состояние и перспективы развития: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Сочи, 17-20 мая 2016 г. [Текст] / Отв. ред. к.п.н., доц. К.Г. Томилин. - Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2016. - 282 с.
14. Морозов М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика туризма. Учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 320 с.
15. Морозова Н.С., Морозов М.А. и др. Информационное обеспечение туризма. Учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 288 с.
16. Писаревский Е.Л. (ред.) Трофимов Е.Н., Мошняга Е.В. и др. Основы туризма. Учебник. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 384 с.
17. Писаревский Е.Л. (ред.) Правовое обеспечение туризма. Учебник. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 336 с.
18. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства. - М.: КНОРУС, 2010. - 256 с
19. Семинихин В. Ценовые стратегии турфирм // Аудит и налогообложение. - 2010. - №7.
20. Скобкин С.С. Менеджмент в туризме.- М.: Магистр, 2009. - 448 с.
21. Черевичко Т.В. Экономика туризма. - М.: Дашков и К, 2010. - 264 с.
22. Выступление на Съезде Федерации спортивного туризма России на тему : «Перспективы развития спортивного туризма на современном этапе» 13 декабря 2014 года (г. Москва) - <http://mironov.ru/vystupleniya/vystuplenie-na-sezde-federatsii-sportivnogo-turizma-rossii-na-temu-perspektivy-razvitiya-sportivnogo-turizma-na-sovremennom-etape-13-dekabrya-2014-goda-g-moskva/>
23. Москва приглашает в гости. Для развития въездного туризма в Москве строят гостиницы и создают привлекательные туристические продукты. - <http://www.moscowtorgi.ru/news/perspektivy/868/>
24. Почему спортивный туризм так популярен. - <http://dalispb.com/%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC>
25. Рынок речных круизов в России: состояние и перспективы. - <https://www.scienceforum.ru/2017/2276/26434>
26. Создание туристического продукта. - http://ecodelo.org/3438-273_sozdanie_turisticheskogo_produkta-prakticheskie_rekomendatsii_po_planirovaniyu_organizatsii
27. Спортивно-оздоровительный туризм. - <http://www.svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/sportivno-ozdorovitelnyy-turizm.html>
28. Спортивно-оздоровительный туризм в системе рекреации человека и общества. - <https://www.scienceforum.ru/2015/1071/9150>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/34849>