

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

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА

**РАЗВИТИЕ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ  
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ДОБРОХОТ»)**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по специальности 43.03.02 Туризм  
очной формы обучения, группы 05001434  
Выганной Алины Игоревны

Научный руководитель  
к. б. н. доцент  
Жиленко В. Ю.

БЕЛГОРОД 2018

## Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические основы развития этнографического туризма.....	6
1.1. Сущность и особенности организации этнографического туризма.....	6
1.2. Технологические особенности организации этнографических туров.....	13
1.3. Развитие этнографического туризма в России и за рубежом.....	16
2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Доброхот».....	27
2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	27
2.2. Анализ финансового состояния предприятия.....	37
2.3. Оценка потенциала Белгородской области для развития этнографического туризма.....	43
3. Разработка этнографического тура.....	48
3.1. Общая характеристика и программа тура.....	48
3.2. Финансово-экономическое обоснование.....	53
Заключение.....	58
Список использованных источников.....	61
Приложения.....	66

## Введение

Этнографический туризм является видом познавательного туризма, ориентированный на ознакомление и посещение этнографического объекта с целью познания его культуры, традиций, архитектуры, быта, а так же традиции народа (этноса), проживающие либо сейчас либо когда-то на данной территории этнографического объекта.

Благодаря этнографическому туризму население способно ознакомится с историей, бытом и традициями коренных народов и малочисленных поселений. Значимость развития этого вида туризма подкрепляется не только программами по развитию туризма в Российской Федерации, но и потребительским спросом на этот вид услуг. Этнографический туризм, в настоящее время, набирает популярность и темпы роста за счет своей уникальности и необычности турпродукта, который по своей сути может стать экзотическим для некоторых потребителей.

В настоящий момент бизнес связанный с туристской сферой является прибыльной отраслью, набирающей рост. Россия имеет огромный культурно-исторический и ресурсный потенциал для развития множества видов туризма. А Белгородская область, в свою очередь, обладает территориями имеющие экологическую ценность и рекреационный потенциал. Однако, несмотря на поддержку со стороны государства, этнографический туризм является недостаточно развитым при всевозрастающим спросе на данный вид туризма. Актуальность и практическая значимость рассматриваемой проблемы определили выбор темы выпускной квалификационной работы, постановку цели и задач исследования.

Этнографический туризм является перспективным направлением для развития на территории России. Походы этнографической направленности будут оставаться так же популярны у ученых-исследователей, историков и художников. Так же большой популярностью туры этнографической направленности пользуются у детей школьного и дошкольного возраста.

На территории России проживает большое количество этносов со своими традициями, непохожими на другие, которые богаты историей и культурой. Туристов посещающих туры этнографической направленности тесно связаны с экотуристами.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является этнографический туризм. Предметом – его развитие в регионе (Белгородская область).

Цель работы – исследование туристско-этнографического потенциала Белгородской области для разработки нового туристического продукта этнографического направления.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты и специфику организации этнографического туризма;
- проанализировать развитие этнографического туризма в России и за рубежом;
- исследовать потенциал развития этнографического туризма в Белгородской области;
- проанализировать организационно-технологическую и финансово-экономическую деятельность ООО «Доброхот».
- разработать этнографический тур.

Теоретической базой выпускной квалификационной работы являются исследования отечественных и зарубежных ученых, таких как: Азоев А. Г., Балашова Е. А., Мусакин А. С., Портер М. Ю, Уокер Дж. Р. И. и т.д.

В качестве информационной базы выпускной квалификационной работы была использована нормативная документация ООО «Доброхот», бухгалтерская отчетность предприятия ( «Бухгалтерский баланс», «Отчет о финансовых результатах») – период исследования 3 года.

Методологической базой исследования послужили методы экономического и статистического анализа, интервьюирование, изучение литературных

источников, сравнительный и исторический методы. Также для проведения анализа и оценки деятельности предприятия были использованы следующие методы: наблюдение, горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерской отчетности, метод финансовых коэффициентов, сравнительный анализ, группировки, табличный метод и т.д.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения разработанного тура для развития этнографического туризма на базе деятельности туристического бюро ООО «Доброхот».

Структура выпускной квалификационной работы последовательно решает все поставленные задачи. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех основных глав, заключения, списка использованных источников из 51 наименований и 14 приложений. Количество таблиц – 6, количество рисунков – 3.

## **1. Теоретические основы развития этнографического туризма**

### **1.1 Сущность и особенности организации этнографического туризма**

Этнографический туризм – это особый вид познавательного туризма, который, в свою очередь обладает целью приобщения различных стран и народов к духовным и материальным ценностям. В отличие от других видов туризма, познавательный туризм позволяет туристам погрузиться в атмосферу культуры отдельного народа во время ознакомления. Это выражается стремлением человека к саморазвитию, расширению кругозора и образованности

Основной целью этнографического туризма является посещение объектов этнографического туризма с целью изучения и ознакомления с культурой, архитектурой, бытом того или иного народа (этноса), проживающего в данный период времени или проживавшего когда-либо на данной территории этнографического объекта [30, с. 56].

Другими словами, этнографический туризм можно назвать одной из форм познания историко-географического наследия региона, которая основана на интересе потенциального потребителя к подлинной жизни и быту народа(этноса), к ознакомлению с народными традициями, обычаями, обрядами, творчеством, культурой и архитектурой. Своим названием этнографический туризм обязан науке этнографии.

Этнография – это наука, которая занимается изучением народов мира. Это название, как и названия многих других наук, пришло из древнегреческого языка и состоит из двух частей («народ» и «пишу»).

Основные термины относящиеся к науке «этнографии»:

1) этнос – это группа людей, которые говорят на одном языке, обладают комплексом обычаев, укладом жизни, хранимых традицией, обрядов и обычаев, и отличающиеся ею от других групп и признают единое происхождение между собой [15, с. 250].

2) этническая культура – в широком значении означает совокупность присущих этносу способов жизнедеятельности, необходимых для сохранения

и развития этноса. В узком смысле под этнической культурой понимается совокупность элементов материальной и духовной культуры этноса, являющихся основным признаком.

Этническая культура ярче всего проявляется через традиции, символику, литературу, искусство и фольклор.

Как и для любого другого вида туризма, для этнографического характерны свои специфические объекты показа или этнографические объекты.

3) объект этнографического туризма – это культурно-исторический объект (явление), который содержит информацию об этнических проявлениях в культуре быта и традиций, жизненном укладе, обрядах и обычаях, литературе и народном творчестве. Объект этнографического туризма следует рассматривать как систему признаков, которая характеризует культуру народа (этноса) в сочетании его специфических и оригинальных конкретных форм [42, с. 89].

К оригинальным формам можно отнести предметы и явления культуры, традиций, быта и жизненного уклада, литературу и искусство, обряды и обычаи, которые соответствуют данному хозяйственно-культурному типу и характеризующие неповторимые черты народа (украшения, орнаментация и пр.).

К объектам этнографического туризма можно относиться следующие определения:

- архитектурные памятники, которые выполнены в стиле соответствующего этноса, связанные с определенным периодом времени;
- сооружения, отражающие принадлежность народа (этноса);
- кладбища с надгробными сооружениями, которые являются традиционными для определенного народа (этноса) на родном языке;
- жилища (нежилые здания, в которых сохранился традиционный интерьер и предметы быта).
- поселения, которые сохранили свой тип на территории проживания, с особенной планировкой улиц и месторасположением жилых помещений;

– объекты быта, которые соответствуют традиционному хозяйству. К этим объектам могут относиться фонтаны, колодцы и пр.;

– места проведения народных праздников с участием фольклорных ансамблей, использованием традиционной одежды;

– места возрождения народных занятий и традиционных промыслов определенной нации (этноса);

– Этнографические экспозиции, музеи этносов и народных промыслов, выставки народной культуры;

– архитектурные комплексы и сооружения, которые создаются жителями народов (этносов) на территории их проживания [10, с. 118].

Наиболее важной частью в организации этнографического туризма является ознакомление участников с традициями, бытом и культурой различных народов (этносов). Под традицией этноса понимается система ценностей, норм поведения и принципы отношений между людьми в стране, ритм и пульс ее жизни. Характеристика традиций включает анализ существующих традиций, их место в жизни страны и их привязку к конкретным этносам и территориям. Роль традиции неодинакова в различных сферах социальной жизни. В меньшей степени традиция проявляется в экономике, достигает максимума в религии. Общества и социальные группы, принимая одни элементы социокультурного наследия, в тоже время отвергают другие, поэтому традиции могут быть как позитивными (что и как традиционно принимается), так и негативными (что и как традиционно отвергается).

По-другому традиции можно объяснить как опыт, который накапливается из существующих стереотипов, которые проявляются в различных формах, таких как: обычаи, ритуалы, церемонии, обряды, праздники и представления. Одной из сложных форм традиции является массовый праздник - это ритм жизни, его смысл не в развлекательности и отдыхе, а в удовлетворении потребности людей в реализации коллективной памяти, в участии в сотворчестве-диалоге между прошлым и будущим, иначе говоря, потребность быть в гуще жизни, ощутить ее пульс и живое дыхание.



Этнографический туризм может быть представлен двумя основными видами:

1) знакомство с музеями народного быта. Этнографические музеи – научные учреждения, которые осуществляют сбор, хранение, изучение и популяризацию коллекций, характеризующих быт и культуру, социальные отношения и общественный строй различных народов (этносов) [41, с. 75].

Музейные экспозиции состоят из коллекции народных костюмов, предметов крестьянского быта и народного творчества, характерных для населения определенных регионов. Экспозиции способствуют ознакомлению туристов с историческим прошлым. В каждой местности на протяжении исторического развития складывался свой особый архитектурный стиль, связанный с национальными и природными особенностями края.

Особый спрос и интерес в настоящее время вызывают этнографические музеи под открытым небом, в которых содержатся образцы традиционной архитектуры, предметы быта и проводятся национальные праздники. Подобные музеи предоставляют возможность туристам увидеть своими глазами предмет, принадлежащий к той или иной культуре и эпохе, узнать о его прямом и символическом назначении, иногда даже потрогать его и ощутить причастность к культуре своего и других народов.

2) посещение существующих поселений, сохранивших особенности традиционной культуры и быта определенных народов. Указанные поселения можно назвать демонстрационными или показательными, и они бывают как постоянные, так и временные (например, стоянки кочевников-скотоводов или бродячих охотников и собирателей). Туристические маршруты, проходящие через такие поселения, существуют во многих странах. Например, услуга предоставляющаяся для туристов в Египте – «джип-сафари» (поездки на джипах по пустыни и пустынным дюнам, где они могут посетить стоянки бедуинов и ознакомиться с их традициями и жизненным укладом).

Так же примером посещения уже существующих поселений и народов могут послужить поездки туристов в Латиноамериканские государства с це-

люю соприкоснуться с традициями и бытом коренных жителей того или иного государства. Туристы приезжающие в Перу и ориентированные на этнографический туризм, пытаются приобщиться к культуре коренных индейцев. Для этого они готовы спуститься в самые глубины страны, в джунгли бассейна самой длинной реки Амазонки. Из подобных ориентиров туристов можно проследить слияние этнографического туризма с экологическим.

Подобные маршруты для туристов пролегают в горах Северного Таиланда и Северной Индии, а так же на островах Океании и во внутренних районах Австралии.

Следует отметить, что и на территории некоторых коренных поселений стран Европы население иногда использует национальную одежду, привлекая тем самым туристов для популяризации этнографического туризма, ознакомления туристов с культурой и историей поселения и развития внутренней экономики (т.к. посещая и изучая подобные местности туристы приобретают сувениры, украшения для интерьера, местную еду фермеров или различные изделия местных мастеров) Так же туристы во время путешествий часто становятся участниками или свидетелями традиционных выставочно-ярмарочных мероприятий, фестивалей и праздников.

Места расселения малых народов (этнографических поселений) представляют интересный и уникальный материал для туристов. Путем посещения таких территорий, у туристов предоставляется возможность ознакомиться со своеобразной культурой народа (этноса), формами жилищ и их архитектурными особенностями, украшениями, традициями и обрядами. Примером могут послужить народы живущие на Дальнем Востоке, в Сибири и на Крайнем Севере (ненцы, чукчи, коряки, манси и др.)

Помимо изучения архитектурных особенностей, традиций и быта народа (этноса) зачастую туристов интересует искусство, религия (религиозные традиции и обряды, предметы религиозных культов), история и наука.

Организация этнографического тура является специфически сложным и многоструктурным процессом.

При создании этнографического тура важно собирать и учитывать:

- все материалы, документы связанные с данной территорией;
- программы и планы по развитию туризма на данной территории;
- изучить и проанализировать социально-экономическое положение региона в настоящий период времени;
- произвести оценку инвестиционным возможностям для развития устойчивого этнографического туризма;
- сформулировать инвестиционные предложения;
- изучить спрос на услуги этнографического туризма в регион.

Так же, необходимо провести маркетинговые исследования для оценки возможностей развития устойчивого и востребованного этнографического тура, и кроме того, следует определить степень готовности и возможностей общин коренного населения использовать потенциальные ресурсы этнографического туризма и развивать на своих территориях

Также можно выделить еще два вида этнографического туризма:

1) стационарный туризм (туры в которых присутствует анимационная программа, способная проходить круглый год без влияния сезонности, т.е. стационарно, а также единожды, в честь какого-либо определенного события (праздники, фестивали, ярмарки, карнавалы, соревнования, выставки и др.) в определенный период времени;

2) событийно-анимационные туристские программы – новая разновидность продуктов этнографического туризма. Такие туры удачно сочетают в себе все лучшие качества и достоинства. Преимущество данного вида – это вовлечение туристов в действие, которое, основано на исторически сложившемся факте празднования той или иной даты или явления, помимо стандартного экскурсионного показа [22, с. 150].

Событийно-анимационные этнографические туры специфичны и поэтому при организации имеют ряд особенностей, отличий от организации по созданию стандартного турпродукта. Это означает, что подобного вида этнографические туры должны подлежать особой разработке с учетом всех осо-

бенностей. Специфика разработки данного вида турпродукта заключается в необходимости знаний фольклора, культуры, традиций, обычаев, празднований особых дат, суеверий, легенд, связанных с ними, то есть всего того, без чего программа этнографической направленности перестает быть таковой, а также методики и технологии анимации, ставящих целью включение туриста в активную деятельность (или тематическую спортивно-развлекательную программу) в процессе потребления услуг, восполнение и объединение психологических и психофизических аспектов при создании максимально комфортного событийно-анимационного этнографического тура.

## **1.2. Технологические особенности организации этнографических туров**

Основной целью этнографического туризма является посещение этнографического объекта для познания культуры, архитектуры, быта и традиций народа, этноса, проживающего сейчас и проживающего когда-либо на данной территории, другими словами, во время таких поездок, туристы изучают определенную этническую группу населения и их жизнь.

Основные цели развития этнического туризма в регионах:

- создать позитивный образ региона (места);
- сохранить культурное наследие народа;
- улучшить качество жизни местного населения;
- привлечь внимание к региону, событию;
- увеличить доходы от туризма.

Этнический туризм может формироваться двумя основными видами:

1) посещение существующих поселений, сохранивших особенности традиционной культуры и быта определенных народов.

2) знакомство с музеями народного быта, «этническими деревнями», этнокультурными центрами, где собраны предметы быта, сохраняются традиции и воссоздается национальный колорит отдельного народа, воспроизводятся изделия народных промыслов.

Одним из перспективных направлений этнического туризма является посещение этнических или фольклорных деревень, в которых представлен быт, традиции и культура того или иного этноса. Таким образом, современные высокоурбанизированные страны могут познакомить туристов не только с историей страны, но также с бытом и укладом жизни проживающих на его территории этносов. В таких деревнях можно принять непосредственное участие в проведении обрядов и церемоний, примерить национальную одежду, заняться национальным ремеслом и даже остаться на ночь [52, с. 19].

«Этнические деревни» являются важным сегментом этнического туризма. Такие деревни создаются на ограниченных территориях, вписываются в элементы природного и культурного ландшафта и насыщаются различными инфраструктурными элементами (национальные жилые постройки, бани, музеи, гостиницы, рестораны, дороги, торговые павильоны).

Факторами успешного развития этнического туризма являются:

- 1) наличие этнографического объекта.
- 2) реализация программ по развитию туризма в регионах .
- 3) координация регионального продукта и продвижение его на российский и международные рынки.
- 4) создание туристских кластеров на территории потенциально перспективных регионов.

Этнический тур имеет ряд особенностей. Тем не менее, именно этнический тур способствует созданию положительного имиджа региона.

Этнический туризм основан на интересе туристов к подлинной жизни народов. Современному обществу интересно изучение образа жизни различных народов, которые жили в давние времена, интересно знать их культуру и быт, знать историю происхождения своих предков, их обычаи и традиции, уклад жизни.

У этнического туризма на сегодняшний день существуют прекрасные перспективы для развития, так как сегодня спрос на необычные места отдыха только растет. С каждым годом растет число туристов подобными путешест-

виями, тех, кто желает испытать на себе жизнь глубинки или окунуться в какую-либо историческую эпоху, оказавшись в бережно сохраненном уголке истории.

Этнический туризм, являясь одним из направлений культурно-познавательного туризма, позволяет совместить отдых с образованием. Только в таком окружении можно познакомиться с историей того или иного государства, окунуться в другую эпоху, представить себя другим человеком чаще всего аборигеном проживающим на данной территории. Мировая практика доказывает, что подобный вид туризма способен удовлетворить целый ряд духовных потребностей человека, главным образом посредством знакомства его с культурными традициями народов.

Для России этнический туризм представляет собой весьма перспективное направление для развития. На территории Российской Федерации существует бесчисленное множество объектов для этнографического туризма. При финансовой поддержке государство данные объекты включатся в составы новых экскурсионных маршрутов. Этнические экспедиции всегда будут популярны среди исследователей, фольклористов, да и просто жителей нашей страны. Богатая культура и история, разнообразные традиции, большое количество различных этносов, проживающих на территории государства, только способствуют его развитию. По своей мотивации участники этнографических туров весьма схожи с экотуристами.

По оценкам экспертов, именно экотуристы, у которых не является в приоритете получить высокий уровень комфорта, составляют ведущий сегмент на рынке этнографического туризма. Растущая популярность туров на Русский север, Алтай, в Прибайкалье, в которых удачно совмещены элементы экологического, этнографического и агротуризма, свидетельствует о больших шансах на успех подобного рода программ и в других регионах России.

### **1.3. Развитие этнографического туризма в России и за рубежом**

На современном этапе, все большее внимание уделяется возможностям развития этнографического туризма. Это можно объяснить нарастающим к нему любопытством со стороны туристов, которые имеют желание изучить культуру народов (этносов). В настоящее время, туристы разных возрастных категорий, социального статуса и пр. желают познакомиться с культурой и жизненным укладом, проникнуться атмосферой народа (этноса), принимая участие в их жизни.

Среди других государств уже накоплен большой опыт по организации этнографического туризма. Местное население проживающее на этнической территории организуют этнографические маршруты в целях сохранения памяти и развития своих традиций и культуры коренных.

Россия обладает большим потенциалом как для развития всех видов туризма, в том числе и этнографического туризма.

Российская Федерация обладает всем самым необходимым - большая территория, богатое историческое и культурное наследие. В истории России в различные эпохи оставили свои следы викинги, древние славяне, монголо-татары, половцы, скифы, шведы, тевтонцы, греки, гунны и другие народы. Наши предки наследовали от них внешность, веру, различные культуры, языки и традиции. Это инициирует становление этнографического туризма - делает современных россиян и граждан других государств интересными друг другу.

Для решения такого рода проблем, необходима, в первую очередь, помощь и поддержка государства, в том числе и финансовая.

Сегодня, этнографический туризм в России не получил необходимого уровня развития, который бы соответствовал его богатейшему потенциалу ресурсной базы.

Несмотря на отсутствие высокого уровня развития этнографического туризма в России, отмечается рост въездного и внутреннего этнографическо-

го туризма в регионах Европейского Севера, Дальнего Востока, Восточной Сибири [34, с. 302].

В связи с различным уровнем развития туристской инфраструктуры, высококвалифицированного кадрового персонала, а так же неравномерным уровнем туристского предложения районы России можно сгруппировать следующим образом:

1) регионы с высоким уровнем развития туристского продукта – Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, район Кавказских Минеральных вод, Краснодарский край, Калининградская область, регионы Золотого Кольца.

2) регионы со средним уровнем развития туристского продукта – Северо-Западный регион, Тверская область, Центральная Россия, Татарстан, Поволжье, такие республики Северного Кавказа, как Карачаево-Черкесия и Кабардино-Балкария, Ростовская область, Иркутская область, Приморский край, Камчатка, Мурманская область, Ханты-Мансийский автономный округ.

3) регионы с недостаточным уровнем развития туристского продукта, но обладающие значительным потенциалом для перспективного развития – прибрежные территории Каспийского и Азовского морей, Дальневосточный регион (Курилы, Командорские острова, Якутия, Хабаровский край, Чукотка, Магаданская область), Западная Сибирь (Алтай, Красноярский край и др.), Тува (п.Кунгуртуг, озеро Тере-Холь), Бурятия, Урал [29, с. 60].

В настоящее время, практически в каждом регионе страны туристические проекты этнографической направленности развиваются и поддерживаются государством. Например, Краснодарский край. На его территории у туристов и жителей появилась возможность ближе познакомиться как со своей национальной культурой, так и погрузиться в традиции других народов Кубани.

В селе Гай Кодзоре (Анапский район) открыт культурный армянский центр «Арин-Берд», где туристы и жители смогут познакомиться с историей и культурой одного из самых больших народов на Кубани.



Также на территории Анапского района находится парк с названием «Добродея». В составе парка имеется этнографическая экспозиция «Казачье подворье», которое представлено в виде казачьего музея, где туристам и жителям рассказывают об истории и традициях казачества на Кубани.

В Крымском районе Краснодарского края открыт этнический культурно-развлекательный центр «Кавказские легенды», в котором туристов и жителей знакомят с черкесскими обычаями и фольклором [5, с. 71].

Наличие такого количества крупных проектов свидетельствует о том, что в настоящее время интерес к традиционной культуре народов, их языкам, обычаям, обрядам, истории будет расти. И на сегодняшний момент создание объектов этнического стиля является перспективным и важным направлением развития этнографического туризма в России.

Необходимо отметить, что в России существует множество этнографических музеев. В России существует большое количество этнографических музеев, самые популярные из них:

- архитектурно-этнографический музей Вологодской области;
- хохловка (первый уральский музей народных промыслов и деревянного зодчества, располагающийся под открытым небом на территории Пермского края);
- усадьба Василево (г. Торжок, Тверская область);
- вепсский лес (развивающийся музей-заповедник, посвященный быту и культуре малочисленного финно-угорского народа, располагается в Ленинградской области);
- витославицы (музей народного деревянного зодчества, находящийся недалеко от Великого Новгорода);
- ибресинский этнографический музей (Чувашская республика);
- мышкинский народный музей (г. Мышкин, Ярославская область);
- музей архитектуры и быта народов Нижегородского Поволжья (г. Нижний Новгород);

- хакасский республиканский национальный музей-заповедник (Уникальный музей-заповедник, находящийся в предгорьях Абаканского хребта);
- этнографический музей народов Забайкалья (г. Улан-Уде).

В последние десятилетия получила развитие практика комплексного сохранения этнографических материальных и нематериальных объектов без изъятия из среды бытования. Так, охрана исторических территорий проживания малочисленных народов может осуществляться путем придания им статуса уникальных исторических территорий. В основном этот статус присваивают богатым памятникам материальной и нематериальной культуры районов Сибири и Европейского Севера, получившим в проектных документах название «этно-экологических районов проживания малочисленных народов». В их состав, как правило, входят этнографические живые музеи или учреждения музейного типа [8, с. 56].

Так же одним из популярных видов этнографических музеев являются музеи под открытым небом – группа музеев, основные объекты и экспозиции которых расположены вне помещений, на открытых территориях. Музеи под открытым небом создаются на основе недвижимых памятников истории и культуры на месте их нахождения и в природном окружении или на основе перевозки памятников на специально отведенную территорию из других мест. Значительную часть составляют музеи смешанного типа, включающие памятники как музеефицированные на месте, так и перевезенные. Наиболее ценным музеям под открытым небом присваивается статус музеев-заповедников. Сегодня термин «Музеи под открытым небом» наиболее часто употребляется по отношению к музеям, созданным на основе свезенных памятников, или смешанного типа; музеи под открытым небом, созданные на базе музеефикации архитектурных ансамблей, ландшафтов, поселений и т.п., как правило, называют музеями-заповедниками.

Часто музеи под открытым небом типа «скансен» (первый музей под открытым небом такого формата был открыт в Швеции в 1891г.) входят в состав больших музеев-заповедников: так, музей народной архитектуры «Вито-

славлицы» (основанный в 1964 г.) является филиалом Новгородского объединенного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника, в составе Нижегородского историко-архитектурного и художественного музея-заповедника – Музей истории архитектуры и быта народов нижегородского Поволжья «Щельковский хутор» и т.п.

Сегодня в РФ также многие музеи имеют отдельные экспозиции под открытым небом. Нередко целые поселения и крупные территории рассматриваются в качестве музея под открытым небом. Подобные музеи пользуются большим спросом среди туристов, привлекая их внимание возможностью приобщения к культуре древних народов.

Экомuzeи – тип средовых музеев, нацеленных в первую очередь на решение насущных социальных, экономических, культурных проблем местного сообщества на основе его активного включения в работу по сохранению и использованию всех видов своего наследия.

Экомuzeи характеризуются:

- интенсивным взаимодействием с местным населением, связью с его хозяйственной и культурной деятельностью, активным участием местного населения на всех этапах создания и функционирования музея;

- наличием четко зафиксированной социальной миссии, направленной на творческое развитие местного сообщества, его культурной самоидентификации и на решение его насущных социальных проблем;

- широким пониманием историко-культурного наследия, в качестве которого выступает вся территория проживания данного социума, а сосредоточенные на ней как материальные объекты, так и формы социальной и культурной деятельности являются потенциальными музейными объектами;

- отсутствием задач музеефикации в ее традиционном понимании, необязательностью собирания коллекций путем изъятия предметов из среды бытования, преобладанием «мягкой», «частичной музеефикации».

В России идеи экомuzeологии распространялись медленно и не привели к созданию крупных и влиятельных музейных учреждений. Ближе всего к

типу экомuzeя оказались небольшие этномuzeи Сибири – живые музеи народной культуры коренных малочисленных народов. Несколько экомuzeев начали создаваться в Кемеровской обл.

В конце 20 в. в сторону экомuzeя эволюционировали некоторые музеи-заповедники, характеризующиеся ориентацией на активное участие местного населения в сохранении и актуализации своего материального и нематериального наследия («Кижий», «Шушенское», Соловецкий историко-архитектурный и природный музей-заповедник) [44, с. 101].

Таким образом, к предпосылкам развития этнографического туризма в России можно отнести:

1) высокая степень этнического разнообразия населения, проявляющаяся не только в национальном или макро-региональном масштабах, но и в пределах отдельных субъектов федерации и даже на уровне низовых административных единиц (районов, муниципалитетов, сельских поселений).

2) уникальное сочетание различных этнокультурных комплексов, прежде всего, восточнославянского, тюркского и финно-угорского, сложившееся в процессе длительной межэтнической интеграции, аккультурации и ассимиляции;

3) необходимость активной пропаганды идей межэтнической толерантности с учетом напряженных, а в некоторых регионах – серьезно осложнившихся за последние десятилетия - межэтнических отношений;

4) традиционно сравнительно невысокий (в Приволжье, на Урале) и резко снизившийся за последние десятилетия вследствие массовых миграций (на Северном Кавказе) уровень территориальной консолидации этнических групп в соответствующих национальных республиках.

5) деструктивное влияние урбанизации на традиционный культурный комплекс практически всех этнических групп страны.

6) необходимость более эффективного продвижения на отечественном и зарубежных туристских рынках регионов России, в особенности - с низким рейтингом туристских предпочтений туристов.

Интересным примером «доисторической деревни» считается созданный в 1962 г. историко-археологический исследовательский центр в Лейре (Дания), который вначале функционировал как научно-экспериментальное учреждение. Здесь на участке в 25 га в Лейре, в долине Гертхадален, в 40 км от Копенгагена были построены деревушка, а также учебные, административные и другие здания. Экспериментаторы вспахали деревянными сохами небольшие поля, обзавелись стадами самых простых видов домашних животных. Их мясо, а также плоды полей служили основной пищей.

В настоящее время лидерами по организации и продвижению этнотуристского направления считаются Австралия, Канада, Непал и Эквадор.

В Эквадоре, изолированном от внешнего мира, созданы уникальные начала для развития здесь этнотуризма. Он расположился в двух полушариях Земли и имеет самые резкие климатические различия на планете. Путеводитель по Эквадору содержит информацию о более 40 турфирмах, предлагающих этнотуры с размещением в семьях местных жителей, походы по тропическим лесам и знакомство с культурой местного населения. Эти общинные предприятия создаются при поддержке аборигенных организаций, местных природоохранных фондов и ряда турфирм. Управляют фирмами группы местных жителей, которые контролируют охоту и участвуют в создании охраняемых природных территорий на землях индейцев, где охота и сельское хозяйство запрещены.

Канада соединила в себе массу культурных течений: индейские обряды, влияние эмигрантов из Азии и Латинской Америки, традиции первых европейских поселенцев.

Особый шарм Канаде придают дикая природа и уникальная культура аборигенов: 2% населения составляют индейцы и инуиты (эскимосы), чья культура и создает основу для развития этнотуризма.

В центре Оттавы находится этнодеревня. Она открыта для посещения круглый год. Здесь можно по своему желанию выбрать одно или несколько занятий (экскурсий) для знакомства с жизнью коренного населения, различ-

ными типами жилищ, древними технологиями и орудиями труда, которые использовались для изготовления каноэ и бересты, выделывания шкур, производства корзин. Ежегодно в этнодеревне представляется новая театральная постановка на сюжет древних легенд. В национальном кафе на территории деревни предлагается меню из традиционных аборигенных блюд.

Богатейшим этнографическим потенциалом отличается крошечный Непал. На 147 тыс. квадратных километров (в 45 раз меньше, чем у России) проживает более сотни этнических групп. Говорят, они на 68 языках. В Непале очень распространены пешеходно-этнографические маршруты. Они включают знакомство с историей и культурой древней непальской долины (сейчас здесь город Катманду), путешествие в один из самых впечатляющих гималайских регионов – горный массив Анапурны, с посещением некогда запретного княжества Верхний Мустанг и священного для всех буддистов и индуистов Муктинатха («места спасения и исцеления»), поход вниз по течению реки Кали Гандаки. Привлекательным является то, что на всем пути следования, туристов сопровождают грандиозные виды гималайских вершин и первозданная красота Гималаев. Во время путешествия можно познакомимся с бытом и традициями нескольких этнических групп Непала.

Самым маленьким материком планеты является Австралия. Он отделился от остальной суши миллионы лет назад. Такая изолированность позволила его природе сохранить большое количество уникальных видов растений и животных, а также самобытный этнос, создавший основу для развития этнографического туризма.

Этнографический туризм в Австралии включает туры лодочные, культурные и экологические (в дикую природу). Эти туры проводятся на землях коренного населения, в национальных парках и традиционно племенных землях. Находясь во владении коренного населения, туристские предприятия имеют возможность для сохранения культурного и природного разнообразия, а также дают работу местному коренному населению. Такой этнографический туризм отвечает всем требованиям, обеспечивает устойчивое

использование ресурсов и выполняет просветительные функции. В нем участвуют и крупные землевладельцы, и местное население.

Таким образом, этнографический туризм является достаточно перспективным направлением в сфере туризма в России и в мире, так как территория Российской Федерации обладает всеми необходимыми ресурсами для популяризации и развития этого направления (этнографические деревни, экопоселения, города-музеи, заповедники на территории стародревних народов и пр.). Также одним из показателей для развития этнографического туризма в России и в регионе является спрос на турпродукты по направлению экологический, сельский и этнографический туризм.

Современная тенденция демонстрации этнографических коллекций связана с выполнением этнографическими экспозициями задачи воспитания толерантности, терпимости, понимания людей другой расы, народности, культуры. Осознание важности сохранения традиционных экологических представлений и взгляда на человека как часть природы привела к появлению музейных проектов, совмещающих изучение и показ памятников природы и этнографии.

## **2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Доброхот»**

### **2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия**

Наименование предприятия: ООО «Доброхот».

Юридический адрес организации: Россия, 308027 г. Белгород, ул. Щорса, 8, офис 34

Фактический адрес: Россия, 308034 г. Белгород, ул. Королёва 2 «Б» офис 2.

Режим работы: по будням – с 10:00 до 18:00, суббота, воскресенье – выходной.

Основной вид деятельности предприятия – туризм.

ИНН - 3123206840

ОГРН 1093123018064

КПП 312301001

ОКПО 62638291

ОКВЭД 63.30.2

Дата регистрации ООО «Доброхот»: 15 Декабря 2009г.

ООО «Доброхот» имеет свидетельство о внесении сведений о туроператоре в Единый Федеральный Реестр туроператоров (приложение 1)

Организационно правовая форма предприятия ООО «Доброхот» – общество с ограниченной ответственностью. Основными источниками правового регулирования деятельности ООО «Доброхот» являются: Конституция РФ, гражданский кодекс РФ и Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью».

ООО «Доброхот» успешно работает на российском рынке международного и внутреннего туризма с 2009 года.

Безусловными приоритетами в работе компании являются качество обслуживания, пожелания и требования клиентов. Такой индивидуальный подход был и остается основным в деятельности компании, что подтверждают



многочисленные положительные отзывы клиентов турфирмы, перешедших в разряд постоянных.

Исследуемое предприятие имеет сертификат о внесении сведений о туроператоре в единый федеральный реестр туроператоров, в котором указан срок действия финансового обеспечения (с 23.10.2017г. по 22.10.2018г) и общий размер финансового обеспечения 500 000 (пятьсот тысяч рублей) (приложение 1) и осуществляет свою деятельность на основании устава (приложение 2).

Сегодня ООО «Доброхот» – стабильная, известная фирма. Весь персонал тщательно подбирался, поэтому сотрудники могут с уверенностью гарантировать высокое качество обслуживания. Опытные менеджеры окажут своим клиентам профессиональное содействие в полном объеме по интересующим маршрутам, в соответствии с желаниями, вкусами, привычками и возможностями. Турфирма имеет возможность предоставить своим туристам приемлемые и доступные цены.

Бухгалтерия ведет учет фирмы в упрощенной форме налогообложения, составляет отчетности расходов-доходов, начисляет и выдает заработную плату, ведет отчетность перед государственными органами учета.

В ООО «Доброхот» разработана своя система управления, сочетающая в себе методы качественного управления персоналом (моральное поощрение, личный пример, создание и поддержание рабочего морального климата в коллективе).

Отбор персонала производит непосредственно руководитель (директор) ООО «Доброхот» – Попельнюк Иван Владимирович.

Методы отбора принимаемых работников должны отвечать двум важнейшим критериям: во-первых, они должны давать достоверный результат, во-вторых, они должны быть надежны. Методы отбора для каждого предприятия должны учитывать их производственную специфику, размеры, сложность и технологическую изменчивость. К числу наиболее распространенных и часто применяемых методов отбора следует отнести:

- заполнение анкет и написание автобиографий;
- проведение бесед в форме интервью;
- проведение различного рода тестов.

Проведение собеседований или интервью сейчас довольно популярно. Однако, для получения качественных результатов при таком методе отбора необходимо выполнение целого ряда условий:

- высокая квалификация проводящего беседу, знание им психологии, содержания и последовательности задаваемых вопросов;
- умение наладить психологический контакт, расположить к себе собеседника;
- способность ориентироваться в процессе беседы, задавать наводящие или уточняющие вопросы;
- умение делать объективные и правильные выводы из ответов претендента;
- способность быть корректным, доброжелательным и не поддаваться личным эмоциям;
- умение создавать хорошие условия для проведения интервью.

Тестирование предназначено для оценки профессиональных, деловых и личных качеств претендента по результатам решения заранее подготовленных задач – тестов.

Во время прохождения практики были наглядно рассмотрены все правила приема на работу, применяемые в ООО «Доброхот».

Общая численность штата работников предприятия – 3 человека. В обязанности директора входят разработка имиджа фирмы, маркетинг, представительские функции, взаимодействие с партнерами, получение необходимых лицензий, набор и обучение персонала (с большим опытом успешной деятельности на рынке туристического бизнеса), в обязанности исполнительного директора входит заключение договоров, а обязанности менеджера заключаются в работе с клиентами (рис. 2.1).



Рис. 2.1 Схема управления на предприятии

Туристское бюро «Доброхот» на сегодняшний день является одной из немногих компаний-туроператоров, которая предлагает качественные образовательные экскурсионные туры по Белгородской области и России, а также образовательные и корпоративные события.

Можно выделить следующие группы целевой аудитории с которыми работает ООО «Доброхот»

- люди с низким доходом;
- потребитель со средним доходом;
- аудитория с высоким уровнем дохода;
- любая возрастная категория (организация туров как для детей так и для взрослых).

Таким образом, можно заметить следующие основные маркетинговые задачи, решение которых позволит обеспечить успешную работу предприятия:

- ценовая политика должна соответствовать ожиданию и запросам целевого сегмента;
- для конверсии случайных посетителей в постоянных необходимо удержание высокого уровня характеристик предприятия, рекламы и репута-

ции при качественном обслуживании и привлекательных ценах

Туристическое бюро «Доброхот» предоставляет населению следующий спектр услуг:

1) экскурсии по Белгородской области (места боевой славы русского войска, уникальные заповедные места, центры народного творчества, культуры и искусства, ремесленные экскурсии по усадьбам мастеров с проведением мастер-классов и угощением блюдами традиционной русской кухни, а так же поседения Домов Культуры с тематическими развлекательными мероприятиями);

2) поездки по России («Многоликий Петербург», «Тысячелетний Ярославль», «Золотое кольцо России», «Тургеневские места», «Калининград – Янтарный край», Коренная пустынь, Дивногорье, Марьино, «Воронежский океанариум», «Святыни Валаама» и т.д.);

3) путешествия по странам СНГ (респ. Белоруссия, респ. Абхазия и многие другие).

А также увлекательные корпоративные мероприятия:

1) командообразующие игры (проведение спортивных мероприятий (турниры по футболу, волейболу, настольному теннису и т.п.), мероприятий на свежем воздухе (рыбалка, пейнтбол, лазертаг, верёвочный городок и многое другое), корпоративные велотуры (с автомобилем сопровождения или без), треккинг, джип-квесты, комбинированные туры;

2) развлекательные мероприятия (профессиональные праздники, выезды в аквапарк, памятные даты компании и многое другое).

ООО «Доброхот» является устойчивым предприятием в сфере туризма и демонстрирует большие перспективы развития. Предприятие ведет активную рекламу в социальных сетях и участвует в выставках разных масштабов в качестве зрителя.

Анализ внешней среды служит инструментом, при помощи которого разработчики стратегии контролируют внешние по отношению к организации факторы с целью предвидеть потенциальные угрозы и вновь

открывающиеся возможности. Анализ внешней среды позволяет предприятию своевременно спрогнозировать появление угроз и возможностей, разработать ситуационные планы на случай возникновения непредвиденных обстоятельств, разработать стратегию, которая позволит предприятию достигнуть целей и превратить потенциальные угрозы в выгодные возможности.

Можно выделить восемь факторов влияющих на ООО «Доброхот»:

1) экономические факторы. Экономические факторы не менее важны, чем демографические. Мало знать, сколько у фирмы потенциальных клиентов. Важно определить, сколько и какие услуги они захотят приобрести. На платёжеспособный процесс населения оказывает влияние много факторов, среди которых и уровень экономического развития самой страны, и размер заработной платы, и инфляция, и безработица. Необходимо учитывать высокую зависимость спроса на туристические услуги от уровня дохода;

2) политические и международные факторы. Введенное военное положение, враждебные отношения между государствами, санкции – влияет на продажу загрантуров. Руководство фирм, действующих на международном рынке, должно постоянно оценивать и контролировать изменения в этой широкой среде;

3) технологические факторы. Анализ технологической среды может учитывать изменения в технологии производства, применение ЭВМ в проектировании и предоставлении товаров и услуг или успехи в технологии средств связи;

4) демографические факторы. Изучение демографических факторов макросреды занимает важное место при анализе рыночных возможностей туристического предприятия. Маркетинг должен рассматривать вопросы, касающиеся численности населения, размещения его по отдельным странам и регионам, возрастной структуры с выделением трудоспособного населения, учащихся и пенсионеров. Так, рынок туризма людей пожилого возраста является в настоящее время самым быстрорастущим.

5) природные факторы. Природные факторы не могут не влиять на деятельность туристического предприятия, тем более что вопросы рационального использования природных ресурсов, охраны окружающей среды переходят в разряд глобальных. Кроме того, природные факторы (климат, топография, флора и фауна) – важнейший элемент побуждения клиентов к совершению путешествия и привлечения туристов в тот или иной регион или страну.

Наглядная схема влияния внешних факторов на предприятие представлена на рис. 2.2.

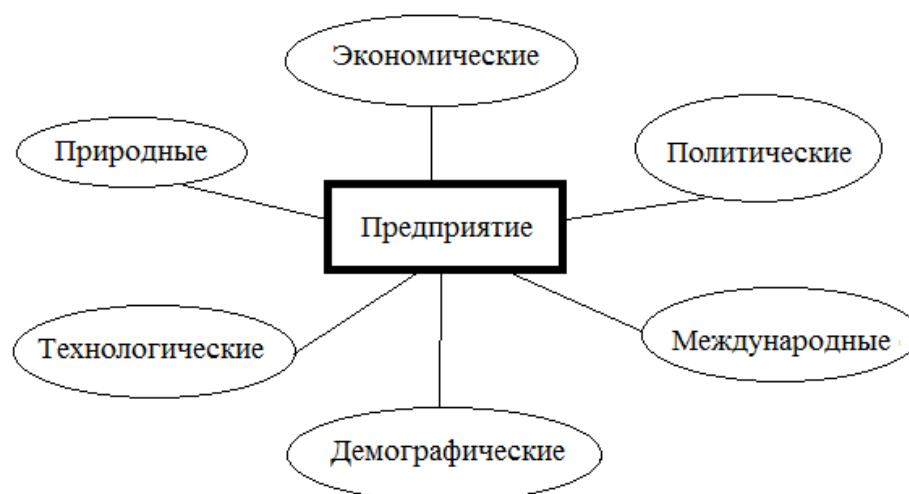


Рис. 2.2. Схема влияния внешних факторов на деятельность предприятия

Итак, анализ внешней среды позволяет предприятию создать перечень опасностей и возможностей, с которыми она сталкивается в этой среде. Для успешного планирования руководство должно иметь полное представление не только о существенных внешних проблемах, но и о внутренних потенциальных возможностях и недостатках организации.

Следующей важнейшей составляющей непосредственно внешней среды являются конкуренты ООО «Доброхот» «Золотая подкова», «Ника Тур», «Колибри тур», «Музенедис Тревел») участвующие в непрекращающемся соперничестве за предпочтения потребителей.

Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов. Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается удовлетворенностью и готовностью потребителей повторно приобрести продукцию этой фирмы, отсутствием претензий к предприятию со стороны общества, акционеров, партнеров, престижностью работы на данном предприятии.

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории:

- strengths (сильные стороны);
- weaknesses (слабые стороны);
- opportunities (возможности);
- threats (угрозы).

Сильные (S) и слабые (W) стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (O) и угрозы (T) являются факторами внешней среды (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом).

SWOT-анализ помогает составить структурированное описание конкретной ситуации происходящей на предприятии, и на основании получившегося описания (исследования) можно сделать выводы. Это позволяет принимать рациональные решения во время планирования. SWOT-анализ занимает важное место в менеджменте и маркетинговой деятельности, его составляет квалифицированный персонал занимающий должность в управлении и маркетинге.

Для проведения SWOT-анализа ООО «Доброхот» следует заполнить матрицу с учетом сильных и слабых сторон предприятий, выявить возможности, которые стоит усилить и угрозы, которые необходимо устранить для устойчивой деятельности предприятия (таблица 2.1).

## SWOT-анализ ООО «Доброхот»

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– хорошее месторасположение</li> <li>– программа лояльности;</li> <li>– политика ценообразования;</li> <li>– сформировавшийся имидж предприятия;</li> <li>– хорошая репутация;</li> <li>– растущий поток туристов</li> <li>– наличие сайта</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– недостаточно высокий уровень квалификации кадров;</li> <li>– плохо развита рекламная деятельность;</li> <li>– плохое оснащение современными технологиями;</li> <li>– зависимость продаж от сезонности</li> </ul>
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– внедрение новых технологий;</li> <li>– усовершенствование рекламных технологий;</li> <li>– развитие новых направлений деятельности</li> <li>– улучшение качества обслуживания клиентов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– существенная зависимость ООО «Доброхот» от посетителей;</li> <li>– негативные экономические явления на территории России;</li> <li>– появление сильных конкурентов на туристском рынке</li> </ul>

На основании SWOT-анализа можно говорить о том, что осуществляемая деятельность предприятия может быть оценена позитивно. Фирма имеет как сильные, так и слабые стороны. Это означает, что руководству фирмы есть над чем работать, используя имеющиеся возможности и избегая вероятных и реальных угроз. В целом это – нормальная ситуация для турфирмы как рыночного субъекта. В условиях жесткой конкуренции, при наличии более сильных соперников необходимо совершенствовать управление фирмой, набирать опыт, постоянно анализировать собственную деятельность и деятельность конкурентов, по возможности увеличивать расходы на маркетинг.

Для более подробной оценки конкурентоспособности ООО «Доброхот»



следует провести ранжирование конкурентов по определённым критериям. Ранжирование позволит выделить самых главных конкурентов, которых предприятие должно превзойти в ряде показателей. Ранжирование представлено в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Ранжирование ООО «Доброхот» и её конкурентов по критериям

Критерий для сравнения	«Доброхот»	«Золотая подкова»	«Ника Тур»	«Музенедис Тревел»
Качество обслуживания	4	3	4	3
Программа лояльности	2	2	3	2
Месторасположение	3	3	3	3
Репутация	4	4	5	3
Ассортимент предоставляемых услуг	3	3	4	5
Реклама	2	2	4	3
Баллы по критериям	19	17	23	19

Из данной таблицы можно отметить то, что все предприятия сферы туризма являются конкурентоспособными и лучшими по определенным критериям. Главными конкурентами ООО «Доброхот» являются: «Ника Тур» и «Музенедис Тревел», в то время как предприятие «Ника Тур» превзошло все остальные предприятия. ООО «Доброхот» следует стремиться превзойти конкурентов и улучшить такие показатели как реклама и ассортимент предоставляемых услуг, чтобы завоевать большую репутацию у потребителей.

Также важным является многоугольник конкурентоспособности (метод сравнительной оценки достаточно понятен для восприятия и помогает сравнивать товары, услуги и предприятия между собой). Многоугольник формируется на основе многочисленных характеристик, которые представлены на рисунке векторами, выходящими из одной точки в разные стороны), который также выделит основных конкурентов ООО «Доброхот» (рис. 2.3).

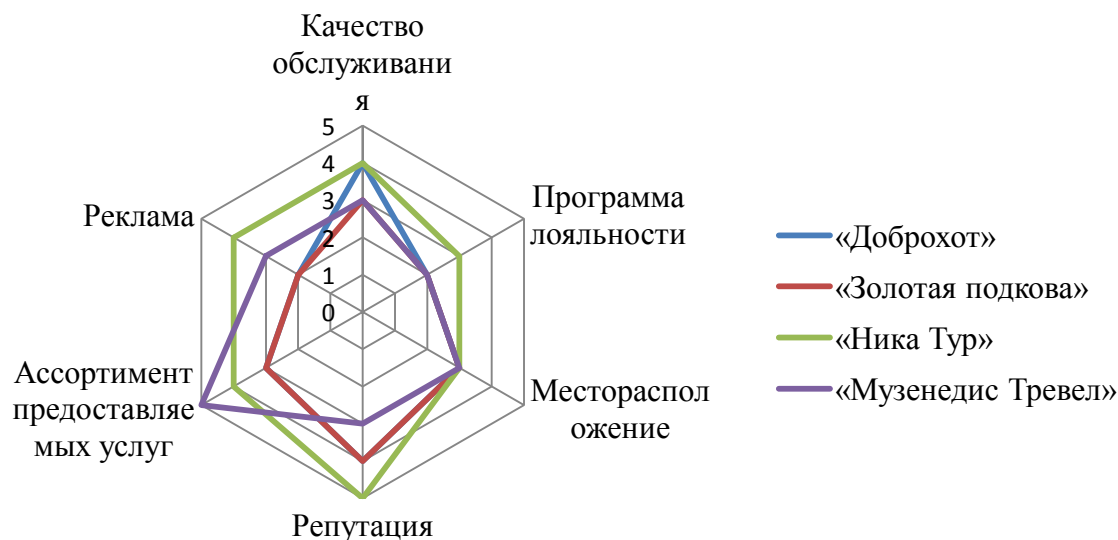


Рис. 2.3. Многоугольник конкурентоспособности ООО «Доброхот»

Из данного многоугольника конкурентоспособности заметно, что более сильным и важным конкурентом является предприятие «Ника Тур», которое по таким показателям, как репутация, реклама и ассортимент предоставляемых услуг опережает ООО «Доброхот», по всем остальным показателям предприятие находится на высоких позициях, что говорит о том, что ООО «Доброхот» является конкурентоспособным.

Рекомендации по повышению конкурентоспособности ООО «Доброхот» и устойчивой деятельности:

- улучшить работу главного сайта;
- усовершенствовать качество обслуживания (для большего улучшения репутации);
- составить маркетинговый план (усилить рекламную деятельность в социальных сетях).

Учитывая чрезвычайную важность первых двух составляющих непосредственного окружения внешней среды маркетинга, изучение потребите-

лей и исследование конкурентов выделяются в самостоятельные направления маркетинговых исследований.

Существенное влияние на деятельность туристского предприятия оказывают отношения с контактными аудиториями. Они представляют собой группы лиц, организаций, учреждений, потенциально или реально воздействующих на деятельность фирмы.

Потенциальное воздействие может выражаться как в сохранении нейтралитета по отношению к фирме, так и проявлении определённого отношения к ней. Основными контактными аудиториями, окружающими туристскую фирму, являются: финансовые круги (банки, инвестиционные фонды, финансовые, страховые компании и другие финансово-кредитные институты); средства массовой информации (пресса, радио, телевидение); общественность (союзы потребителей, общественные формирования, а также население, не выступающее в качестве какой-либо организованной силы, например, жители курортной зоны); персонал фирмы, от мнения которого о деятельности своего предприятия зависит отношение к работе.

Кроме того, имидж фирмы в глазах её собственных работников благотворно воздействует и на другие контактные аудитории. Следовательно, от руководства туристского предприятия требуются усилия по повышению уровня информированности служащих о деятельности фирмы и проведение мероприятий по стимулированию их труда.

Таким образом, туристское предприятие на рынке действует в окружении и под воздействием разнообразных сил, которые составляют внешнюю среду маркетинга. Отношения, складывающиеся между субъектами среды и фирмой, разнообразны и по характеру воздействия на них со стороны фирмы они могут быть контролируемыми и неконтролируемыми. Задача предприятия сводится к снижению до минимума неконтролируемых факторов среды и изысканию возможностей опосредованного влияния на них для повышения имиджа, репутации, отзывов и устойчивого положения на туристском рынке.

## 2.2. Анализ финансового состояния предприятия

Для оценки ликвидности ООО «Доброхот» были использованы бухгалтерский баланс и финансовая отчётность данного предприятия. Для начала анализа ликвидности стоило произвести расчёты горизонтального и вертикального анализа бухгалтерского баланса и финансовой отчётности (приложение 9-12).

Анализ ликвидности предприятия проводится для исследования его платёжеспособности.

Из горизонтального анализа бухгалтерского баланса стоит выделить, что у данного предприятия нет внеоборотных активов и запасов. Это говорит о том, что предприятие не хочет при банкротстве отдать своё имущество за долги. Уменьшение или отсутствие запасов предприятия свидетельствует о незаскладировании и эффективном планировании использования запасов на предприятии.

Общая сумма оборотных активов является стабильной и постоянно повышается, если между 2017 и 2015 годами она увеличилась значительно на 306 тыс. рублей, то есть на 144,6%, разница между 2017 и 2016 так же изменилась в положительную сторону, на 312 тыс. рублей (на 145,8%).

Стоимость денежных средств тоже является стабильным показателем и проявляет тенденцию роста, так как с 2015 до 2017 года она увеличилась (на 212,5%), а с 2017 до 2016 года стала 474 тыс. руб. (приложение 9). Это объясняется возможным распределением денежных средств и эквивалентов на приобретение материалов, услуг.

Уставной капитал является неизменным из года в год.

Долгосрочные заёмные средства отсутствуют за все годы, это свидетельствует о том, что предприятие эффективно распределяло денежные средства, при этом, не нуждаясь в долгосрочных займах.

Также заметна нестабильность кредиторской задолженности предприятия, она увеличилась с 183 тысяч рублей (2015г) до 476 тысяч рублей

(2017г.), что составляет 260,1%.

Горизонтальный анализ финансового отчёта анализирует изменения в доходах и расходах ООО «Доброхот» за определённый период времени. Большинство показателей незначительно изменялись из года в год. Самым значительным изменениям подверглись прибыль (убыток) от продаж и выручка (приложение 10).

2015 год для ООО «Доброхот» является самым низким по прибыли, но предыдущие годы были более прибыльными, чем 2015 год.

Выручка увеличилась в первый период (с 2015 по 2016) на 126,3%, а во второй период (2016-2017) на 144,4%. Рост выручки является благоприятным явлением для предприятия.

Вертикальный анализ позволяет сделать вывод о структуре баланса и отчета о прибыли в текущем состоянии, а также проанализировать динамику этой структуры. Технология вертикального анализа состоит в том, что общую сумму активов предприятия (при анализе баланса) и выручку (при анализе отчета о прибыли) принимают за сто процентов, и каждую статью финансового отчета представляют в виде процентной доли от принятого базового значения.

Исходя из вертикального анализа бухгалтерского баланса, стоит выделить увеличение кредиторской задолженности. В период с 2016 по 2017г кредиторская задолженность составляет 23,52%, а в сравнении 2017 года с 2015 – 21.11%.

Относительная стабильность денежных средств является положительным фактором, поскольку они являются наиболее ликвидными активами организации.

В финансовой отчётности главным показателем является выручка, которая взята как 100%.

На основе результатов вертикального анализа руководство предприятия может сделать следующие рекомендации:

– бухгалтерии предприятия следует принять меры по усилению кон-

троля над издержками предприятия;

– не допустить увеличение доли себестоимости;

– обновить устаревшие основные средства.

Группировка активов ООО «Доброхот» по степени ликвидности и пассивов по срокам оплаты обязательств для анализа ликвидности баланса представлена в таблице 2.3 и 2.4.

Таблица 2.3

Группировка активов ООО «Доброхот» по степени ликвидности и пассивов по срокам оплаты обязательств

Группа	2017, тыс. руб.	2016, тыс. руб.	2015, тыс. руб.	Группа	2017, тыс. руб.	2016, тыс. руб.	2015, тыс. руб.
А1 Наиболее ликвидные активы	474	296	223	П1 Наиболее срочные обязательства	476	165	183
А2 Быстро реализуемые активы	506	384	463	П2 Краткосрочные обязательства	0	0	0
А3 Медленно реализуемые активы	0	0	0	П3 Долгосрочные обязательства	0	0	0
А4 Трудно реализуемые активы	0	0	0	П4 Постоянные пассивы	516	515	503
Баланс	992	680	686	Баланс	992	680	686

Исходя из таблицы можно сделать вывод о том, что предприятие не имеет медленно и трудно реализуемые активы, а также наличие краткосрочных обязательства в 2015 и 2016 годах.

В таблице 2.4 показаны неравенства, которые являются условиями ликвидности баланса туристического бюро «Доброхот». Эти условия должны соответствовать общим неравенствам ( $A1 \geq P1$ ,  $A2 \geq P2$ ,  $A3 \geq P3$ ,  $A4 \leq P4$ ), только в этом случае предприятие считается полностью ликвидным и платежеспособным.

Таблица 2.4

## Условия абсолютной ликвидности баланса

2017 г.			2016 г.			2015 г.		
A1 474	<	П1 476	A1 296	>	П1 165	A1 223	>	П1 183
A2 506	>	П2 0	A2 384	>	П2 0	A2 463	>	П2 0
A3 0	=	П3 0	A3 0	=	П3 0	A3 0	=	П3 0
A4 0	<	П4 516	A4 0	<	П4 515	A4 0	<	П4 503

Из данных таблиц можно сделать вывод, что ООО «Доброхот» является средне ликвидным предприятием, так как только два неравенства не выполняет основное неравенство.

Проанализировав ликвидность, платёжеспособность и структура баланса можно сделать вывод по коэффициентам ликвидности (приложение 13).

Коэффициент текущей ликвидности показывает, какую часть краткосрочных обязательств можно погасить, мобилизовав все оборотные активы.

Показатель коэффициента текущей платёжеспособности за 3 года был выше оптимального значения ( $>2$ ) и составлял 2,08, 4,12 и 3,74 соответственно. Несмотря на то, что все показатели были выше оптимального значения, замечается большая разница коэффициента текущей ликвидности в 2017-2016 году. Разница в отклонении равна 50,59% , в то время как разница в 2016-2015 году составила 109,95% . В целом значение данного коэффициента означает, что у предприятия не должны возникнуть трудности с платёжеспособностью по своим краткосрочным обязательствам.

Анализ устойчивости финансового состояния позволяет выяснить, насколько правильно предприятие управляло ресурсами в течении исследуемого периода (приложение 14).

Коэффициент автономии характеризует независимость предприятия от заемных средств и показывает долю собственных средств в общей стоимости всех средств предприятия. Чем выше значение данного коэффициента, тем финансово устойчивее, стабильнее и более независимо от внешних кредито-

ров предприятие. За все исследуемые года этот коэффициент был ниже оптимального значения ( $>0,5$ ) 0,181, 0,37, 0,28 соответственно. Стоит отметить, что в 2017 году показатель коэффициента был самым близким к оптимальному, то есть предприятие стремится к независимости и самостоятельности, уменьшению займов и кредиторской задолженности.

Коэффициент финансирования показывает соотношение между собственным капиталом и привлеченными заемными средствами. В наблюдаемом периоде заметна тенденция увеличения этого показателя, что говорит об увеличении собственного капитала предприятия, что подтверждает бухгалтерский отчет.

Коэффициент финансовой устойчивости, характеризует возможность финансирование какой-то части актива устойчивыми источниками. Коэффициент равен 0,37 и 0,72 соответственно по годам 2016, 2017.

Одним из самых важных показателей считается коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами, так как этот показатель означает наличие у предприятия собственных средств, необходимых для его финансовой устойчивости. Все года показывают, что предприятия не было собственных средств, так как коэффициент меньше оптимального (приложение 11).

Анализ рисков предприятием – это важная составляющая политики руководства для того, чтобы держаться на рынке и не стать банкротом.

Для предприятия сферы туризма важными и тяжёлыми будут производственный, финансовый, коммерческий и организационный риски.

Следует рассмотреть эти риски более подробно:

1) производственный риск связан с невыполнением предприятием своих планов и обязательств по производству продукции, товаров, услуг, других видов производственной деятельности в результате неблагоприятного воздействия внешней среды, а также неадекватного использования новой техники и технологий, основных и оборотных средств, сырья, рабочего времени.

2) финансовый риск связан с возможностью невыполнения фирмой



своих финансовых обязательств. Основными причинами финансового риска являются: обесценивание инвестиционно-финансового портфеля вследствие изменения валютных курсов, неосуществления платежей. После анализа ликвидности следует отметить то, что у предприятия большое количества заёмных средств и высокая кредиторская задолженность;

Рекомендации по уклонению от риска:

– отказ от ненадежных партнеров, т.е. стремление работать только с надежными, проверенными партнерами, отказ от участия в проектах, связанных с необходимостью расширить круг партнеров;

– страхование рисков, основной прием снижения риска, страхование вероятных потерь служит не только надежной защитой от неудачных решений, но и повышает ответственность лиц, принимающих решения, принуждая их серьезнее относиться к разработке и принятию решений;

– поиск гарантов, так как при поиске гарантов, как и при страховании, целью является перенос риска на какое-либо третье лицо. Функции гаранта могут выполнять различные субъекты (различные фонды, государственные органы, предприятия) при этом необходимо соблюдать принцип равной взаимной полезности;

– увольнение некомпетентных работников [4, с. 81].

Таким образом, ООО «Доброхот» пытается отказаться от заёмных средств и кредитов, за счёт этого повысился коэффициент независимости предприятия. Это говорит о финансовой устойчивости предприятия и его решении финансовых проблем. Данное предприятие сферы развлечений также за последние годы увеличило коэффициент обеспеченности собственными материальными и нематериальными средствами, из этого следует, что предприятие восполняет все пробелы своими собственными силами. У туристического бюро «Доброхот» есть риски, которые следует минимизировать, для того, чтобы сохранить доходность и не стать банкротом.

### 2.3. Оценка потенциала Белгородской области для развития этнографического туризма

Белгородская область является лидером по этнографическому и сельскому туризму в Центральном Черноземье. По данному направлению можно отметить юг Белгородской области (Грайворонский, Борисовский, Валуйский, Шебекинский районы, а также Корочанский район).

Развитые районы по направлению этнографический, сельский и экологический туризм отмечены на карте Белгородской области (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Карта Белгородской области с указанием районов этнографического туризма.

Основные достопримечательности этнографической направленности:

1) Грайворонский район. При администрации Грайворонского района создано управление по туризму и развитию народных промыслов, действуют 11 объектов этнографического туризма:

– Гостевой дом. Крестьянское подворье на Ворскле «Хуторок». Усадьба расположена на окраине села Козинка Грайворонского района, в 10 км от Грайворона. Представленная усадьба представляет туристам экскурсионный маршрут с проживанием и питанием;

– туристический комплекс «Лесной Хутор на Гранях». Располагается в живописном месте, в 30 км от города Грайворона. Комплекс занимает 300 га, куда входят лесные насаждения и рекреационные зоны. Из общего размера территории используется 140 га для туристических услуг. Комплекс включает в себя: оленью ферму, пчелопарк, хуторской музей, конный, фазаний и гостиный дворы, бабушкин двор с домашними птицами. Для проживания имеются деревянные домики, оборудованные по современным стандартам, кафе «Горница» и подворье «Харчевня». Также среди предоставляемых туристам услуг есть пешие, конные прогулки по территории лесных дубрав;

– экскурсионная усадьба «Птичье царство». Располагается в центре города Грайворона. Усадьба является домашним зоопарком и поражает туристов обилием цветов и разнообразными видами птиц. Уже более 25 лет зоопарк пользуется популярностью у туристов и жителей района, особенно у детей школьного и дошкольного возраста;

– экскурсионная усадьба пчеловода «Петривки». Располагается в селе Почаево. Территория усадьбы открыта для экскурсионных маршрутов с угощением и дегустацией продукции из меда. Хозяева готовы предложить туристам экскурсию по территории усадьбы, а именно знакомство с главной его достопримечательностью – пасекой. Здесь можно посетить экскурсию в костюмах пчеловода и не только узнать, как живут пчелы, но и получить редкую возможность понаблюдать за тем, как производят мед;

– экскурсионная усадьба-музей быта и старины «Вераняночка». Располагается в селе Новостроевка. Туристам предлагается экскурсионный маршрут с угощениями старинной русской кухни и мастер-классом по вязанию и вышиванию. На территории усадьбы ухоженный сад и огород, где

выращивают овощи, зелень, ягоды, фрукты. Хозяева держат приусадебное хозяйство, где много домашних животных и птиц. Имеется большая пасека, домашний музей старинных народных предметов быта, русская баня;

– зона отдыха «Березки». Располагается в селе Замостье Грайворонского района в 3 километрах от центра города Грайворон и рассчитана на 15 человек;

– зона отдыха «Лебедушка». Располагается в живописном уголке села Дорогощь в 15 км от города Грайворона. Хозяева усадьбы предлагают туристам экскурсионный маршрут с проживанием и питанием. Тематически обустроенная усадьба с русской печью и оформленным уголком народного промысла и культуры соответствуют тем условиям, которые приобщают к этнографическому туризму.

– зона отдыха «Соловьево Щуково». Располагается в селе Дорогощь Грайворонского района. Туристы имеют возможность хорошо отдохнуть наедине с природой и заняться рыбалкой, так как достоинством территории данной базы является пруд, где водятся разные виды рыб (карась, карп, щука, белый амур, толстолобики, а так же раки). Водоем окружен с одной стороны смешанным лесом, а с другой – березовой рощей. Для проживания отдыхающих имеются небольшие и комфортные домики.

– рыбацкая деревня «Дубки». Располагается в одном из самых дальних сёл Грайворонского района Дроновке, что привлекает сюда любителей экологического, сельского и этнографического туризма, желающих побыть наедине с природой. Помимо природных пейзажей и свежего воздуха туристов притягивает сюда возможность заняться рыбалкой. «Рыбацкая деревня» расположена на берегу пруда, который занимает 40 гектаров. На территории имеются уютные домики для проживания. Активному отдыху для туристов могут поспособствовать экскурсионные маршруты и туристические услуги по обучению рыбной ловли и приготовлению традиционной ухи и рыбы на костре. Также для туристов есть такие услуги как прокат моторных и вёсельных лодок.

Помимо перечисленных усадеб и зон отдыха в Грайворонском районе действует 9 мастерских, где проводятся мастер-классы для туристов. Например, надомная мастерская по изготовлению изделий из дерева «Бочарня». Мастерская «Бочарня» названа так из-за основного вида деятельности мастера – изготовления кадок, купелей, кадешек и бочек для засолки овощей, грибов, а также хранения домашних вин и меда. Все изделия изготавливаются из разных пород дерева любого объема, размера и формы. Также у мастера есть специальное оборудование, где он имеет возможность создавать и другие виды изделий из дерева, в том числе окна, двери, столы, стулья, цветочки и многое другое. Для туристов мастер с удовольствием покажет мастер-класс по изготовлению изделий из дерева [13, с. 88].

## 2) Валуйский район.

На территории Валуйского района расположено 3 объекта этнографического туризма:

– туристско-рекреационный комплекс «Чистый ключ». Располагается на пруду у села Солоти. Для туристов и жителей района проводятся мероприятия, на которые съезжаются творческие коллективы соседних районов Белгородской области, что создает условия для удовлетворения потребностей людей в активном и полноценном досуге и отдыхе, способствующем приобщению к культурным и историческим ценностям, укладу жизни населения сельских территорий и поселений;

– туристско-рекреационный комплекс «Шишкин лес». Располагается в 5 км от города Валуйки в сосновом бору. Комплекс имеет в собственности 4 гостиничных номера, 2 залами для организации торжеств, баню, крытый бассейн. Также «Шишкин лес» находится недалеко от Пещерного храма Игнатия Богоносца и храма Введения во храм Пресвятой Богородицы – православных святынь Валуйского края. Такое месторасположение дает возможность туристам совместить этнографический и паломнический туризм;

– спортивно-оздоровительный комплекс «Русские бани». Располагается на берегу реки Оскол, в селе Новая Симоновка Валуйского района.

3) Борисовский район. Борисовский район известен туристам и жителям уже существующими популярными экскурсионными маршрутами, такими как Дом ремесел и Борисовская керамика, а так же музеем сыра, где желающим могут дать мастер-класс по приготовлению домашнего сыра и музей лука.

4) Корочанский район. В Корочанском районе начал реализовываться проект (по состоянию от 01.10.2017г) в который вошли следующие мероприятия:

– популяризация брендов сельских поселений Корочанского района через проведение цикла культурно-массовых мероприятий фестивального календаря

– создание новой рекреационной зоны «Каменка» (на территории Погореловского сельского поселения);

– создание новой рекреационной зоны «Ясный колодец»;

– возрождение народной традиции валяние валенок-сувениров на территории Алексеевского сельского поселения»;

– формирование привлекательного имиджа сельских поселений Корочанского района путем создания информационных «визитных карточек»;

– продвигается бренд «Корочанские яблоки».

Результатом этих мероприятий стало увеличение посещаемости Корочи с целями развития сельского, экологического и этнографического туризма [6, с. 58].

### 3. Разработка этнографического тура «Лесной Хутор на Гранях»

#### 3.1. Общая характеристика и программа тура

Продолжительность тура – 1 день.

Количество человек: 30

Стоимость — 1700 руб.(1чел.); 51 046 руб. (группа)

Маршрут подразумевает 4 часа пребывания в пути и 7 на территории туристической базы «Лесной Хутор на Гранях»

Данный тур включает в себя:

- транспортное обслуживание по маршруту (г. Белгород – с. Почаева, Грайворонский район – г. Белгород)
- обед в подворье «Харчевня»;
- экскурсии;
- спортивно-игровая программа;
- развлекательная программа.

Программа тура представлена в таблице 3.1

Таблица 3.1

#### Программа тура

Время прибытия в пункт и выезда из него	Запланированные туристские услуги.
9:00	выезд из Белгорода
11:00	прибытие в «Лесной Хутор на Гранях». Встреча с экскурсоводом. Знакомство с «Лесной Хутор на Гранях». Экскурсия по маршруту
12.15	Презентация блюд сельского поселения. Обед в подворье «Харчевня»
13.15	Посещение ярмарки мастеров декоративно-прикладного искусства, участие в мастер-классах. Дегустация меда.
14.30	Посещение реконструкции обрядов событийной деревни. Участие в спортивно-игровой программе.

16.30	Развлекательная программа (богатырские забавы, обучение традиционным танцам, хоровое пение, аквагримм, викторины и розыгрыши).
18.00	Выезд из «Лесной Хутор на Гранях»
20.00	Прибытие в г. Белгород

Традиционный туристический комплекс «Лесной Хутор на Гранях» располагается в 80 км от города Белгорода. Комплекс окружён лесным массивом, богатый ягодами, грибами, целебными травами и не менее целебным, чистым лесным воздухом (рис. 3.1).

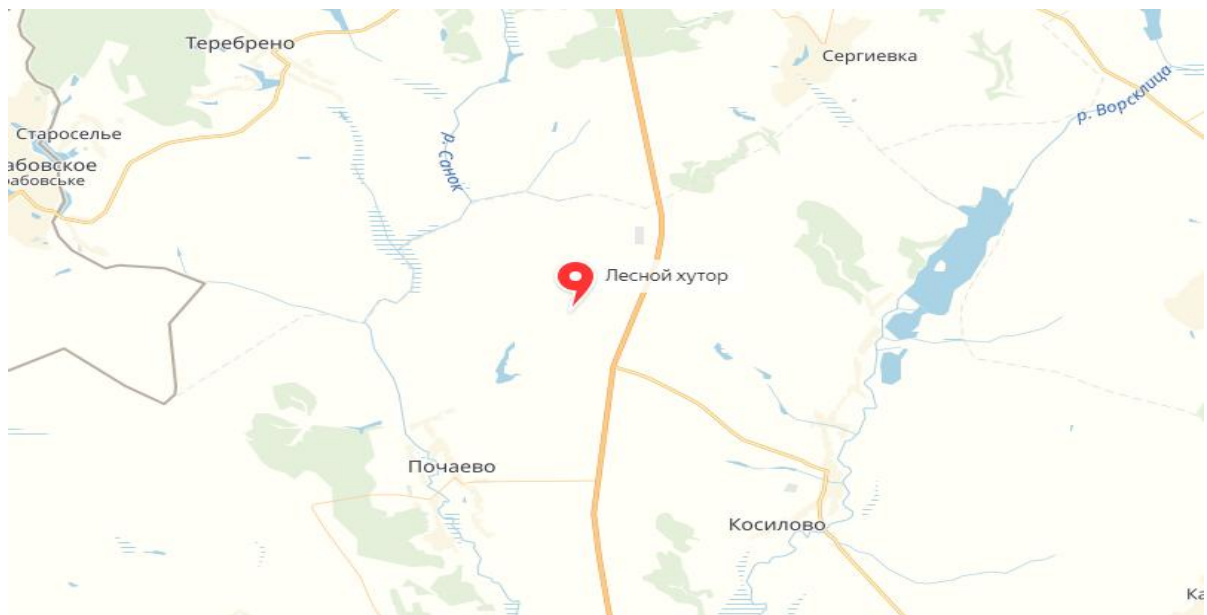


Рис. 3.1 Месторасположение Лесной хутор на Гранях

Формирование продукта:

Первый этап – продукт по замыслу.

Знакомство туристов с культурой, достопримечательностями, историей, природой Белгородской области на примере Грайворонского района.

По прибытию на территорию «Лесной Хутор на Гранях» туристы смогут познакомиться с местами уклада сельской жизни, посетить избу — музей



народной культуры. Окунуться в местный крестьянский колорит, поучаствовать в народных праздниках и обрядах, посетите крестьянский двор с домашними животными. В подворье «Харчевня» насладитесь напитками и блюдами русской кухни, приготовленными в русской печи и на костре. По желанию туристы также могут посетить сувенирную лавку, вы сможете приобрести сувениры на память, изготовленные руками Грайворонских мастеров. Данный тур рассчитан на все ценовые и возрастные категории отдыхающих.

Суммарная выгода для потребителя: отдых на Родине + отсутствие языкового барьера + удивительная природа Белгородской области + активный отдых + познавательные программы + пешие прогулки.

В стоимость тура входит:

- 1) разовое питание (обед).
- 2) работа аниматоров и мастеров.
- 3) экскурсионное обслуживание.
- 4) транспортное обслуживание на маршруте (г. Белгород – с. Почаево, Грайворонский район – г. Белгород (рис. 3.2)).

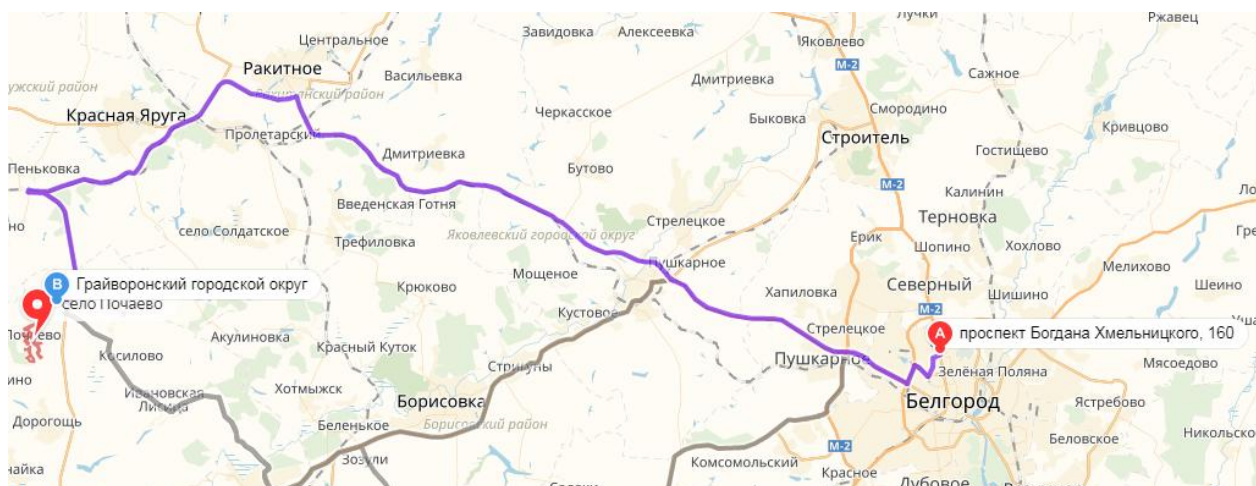


Рис. 3.2 Маршрут г. Белгород – с. Почаево

Дополнительно оплачивается:

- сувенирная продукция;

– дополнительно оплачивается профессиональная фото и видеосъемка на территории (по желанию, 1500 руб с человека).

Второй этап – продукт в реальном исполнении.

- выезд из г. Белгорода;
- прибытие в с. Почаева, Грайворонский район;
- экскурсия по территории «Лесной Хутор на Гранях»
- презентация блюд сельского поселения;
- обед;
- ярмарка;
- мастер-классы;
- дегустация меда;
- реконструкции обрядов событийной деревни;
- спортивно-игровая программа;
- развлекательная программа;
- выезд из с. Почаева, Грайворонский район;
- прибытие в г. Белгород.

Историческая справка о Грайворонском районе:

Тур «Лесной Хутор на Гранях» позволит туристам познакомиться с Укладом жизни, бытом и традициями экопоселения, проживающего на данной территории – Смородинское сельское поселение.

Административным центром Смородинского сельского поселения является село Смородино, в границах поселения находятся сёла Дроновка и Почаево. Численность населения составляет 1460 человек. Глава администрации – Бирюков Виктор Иванович, глава сельского поселения – Пашков Алексей Васильевич.

На территории сельского поселения действуют: сельскохозяйственное предприятие – ООО «Грайворон-Агроинвест», крестьянско-фермерское хозяйство, 19 индивидуальных предпринимателей, 2 малых предприятия, 2 средние школы, 2 Дома культуры, сельский клуб, 2 библиотеки, 3 фельдшерско-акушерских пункта, 3 почтовых отделения связи.

В настоящее время село Почаево входит в состав Смородинского сельского поселения. Территория села – 44,07 кв. км. Численность населения – 700 человек.

На территории села имеются: крестьянско-фермерское хозяйство, 7 индивидуальных предпринимателей, 2 малых предприятия, школа, модельный Дом культуры, библиотека, фельдшерско-акушерский пункт, почтовое отделение связи.

Многие названия сел Грайворонского района связаны с наименованиями местных церквей. Возникновение села Почаево относится к тому времени, когда получила широкую популярность Почаевская лавра на Волыни с иконой Богородицы Почаевской (с 1654 года). Первая церковь в селе была деревянной и именовалась «Введение во храм Богородицы». Не исключено, что именно это обстоятельство и дало название селу. Село имело и второе название – Кумина. К 1861 году в селе насчитывалось около 650 жителей, имелась одна лавка, 22 ветряных мельницы, одна крупорушка.

Первая церковно-приходская двухклассная школа в Почаево была открыта в 80-годах XIX века.

В годы революции 1905-1907 гг. крестьяне села сделали попытку захвата земли помещика Харитоненко. Эта земля подходила с севера к землям почаевских крестьян, где сейчас находится урочище «Липовые балки». Но захват земель не остался безнаказанным. Крестьянин села Почаево Гордеев И. А. был убит казаками, которые жили до революции в имении Харитоненко в качестве охранников.

Основные достопримечательности Грайворонского района:

- Гостевой дом «Крестьянское подворье на Ворскле «Хуторок»;
- туристический комплекс «Лесной Хутор на Грнях»;
- Гостевой дом «Лесная» и «У Шатохи»;
- экскурсионная усадьба «Птичье царство»;
- экскурсионная усадьба пчеловода «Петривки»;
- экскурсионная усадьба-музей быта и старины «Вераняночка»;

- зона отдыха «Березки»;
- зона отдыха «Лебедушка»;
- зона отдыха «Соловьево Щуково»;
- рыбацкая деревня «Дубки»;
- церковь Рождества Пресвятой Богородицы;
- церковно-приходская школа в Козинке;
- доходный дом купца Бражникова;
- жилой дом с сапожной мастерской;
- дом купца Понеделко;
- дом купца Гудковского;
- дом культуры в Порозе;
- Дунайский сельский модельный дом культуры.

### **3.2. Финансово-экономическое обоснование тура**

Калькулирование полной себестоимости продукта предполагает расчет всех издержек, связанных с формированием и реализацией единицы турпродукта. При этом методе рассчитываются средние валовые издержки и полная себестоимость единицы продукта.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта – это система учета, в котором все затраты (как переменные, так и постоянные) распространяются на все виды турпродукта. Метод калькулирования полной себестоимости позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы турпродукта.

В основе этого метода лежит группировка расходов по способу включения в себестоимость отдельных видов услуг.

Прямые затраты на реализацию тура.

Для перевозки туристов был выбран туристический автобус Hyundai

Основные характеристики: 35 посадочных мест, мягкие откидывающиеся кресла, большие чистые панорамные окна, телевизор, DVD, аудиосистема, кондиционер, отопление, 2 входа/выхода, большое багажное отделение

Аренда этого автобуса для группы в 30 человек будет составлять:

$$R_{\text{аренда авто}} = 1200 \text{ (руб/час)} * 11 \text{ (часов)} = 13\,200 \text{ руб.}$$

На одного человека стоимость аренды автобуса будет составлять:

$$R_{\text{аренда авто}} = 13\,200 / 30 = 440 \text{ руб.}$$

Программа тура предусматривает экскурсии.

Стоимость экскурсии по одному из маршрутов по территории «Лесной Хутор на Гранях» с заходом в домики в сопровождении экскурсовода-116р/чел.

$$R_{\text{экскурс}} = 116 * 30 = 3500$$

Организация и проведение культурно-развлекательного мероприятия (тура) с максимальным набором услуг (по предварительной заявке) – 10 000р/ группа.

$$R_{\text{Досуг}} = 10000 / 30 = 333,3 \text{ р/чел}$$

На протяжении всего маршрута с туристами будет 1 профессионально подготовленный сопровождающий. В калькуляцию тура входит оплата за транспорт для сопровождающего (440 руб).

Калькуляция себестоимости тура.

В расчет тура включены расходы на мероприятия по продвижению тура (печать листовок, оплата за работу).

На первоначальном этапе планируется раздача листовок.

Печать 1000 листовок А6 = 950 рублей. в Типографии «Константа». Задействован будет 2 человека, которые будут раздавать рекламные листовки в первой (8:00-13:00) и второй половине дня (14:00-19:00) с графиком работы 2/2 в течение 7 дней с оплатой 100р/час.

Примерное количество листовок на 1 распространителя 200 шт.

В день распространится 400 листовок.

Следовательно, заказ кратного тиража в типографии составит 2 800 листовок (3 000 шт).

$$R_{\text{типогр}} = 950 * 3 = 2\,850 \text{ руб}$$

Итого за время распространения расходы на данную рекламную компанию составят:

$$R_{\text{работник}} = (100 * 5) * 7 = 3\,500 \text{ руб}$$

$$R_{\text{общ раб}} = 3\,500 * 2 = 7\,000 \text{ руб}$$

$$R_{\text{общ реклама}} = 2\,850 + 7\,000 = 9\,850 \text{ руб}$$

$$R_{\text{рас на 1 туриста}} = 9\,850 / 30 = 328,3 \text{ руб}$$

Суммируя все полученные данные, вычисляем себестоимость тура:

$$S_T = 13\,200 + 3\,500 + 10\,000 + 440 + 9850 = 36\,990 \text{ руб}$$

Калькуляция тура «Лесной Хутор на Гранях» для группы из 30 человек с 1 сопровождающим представлена в таблице 3.2.

Перечень калькуляционных статей включает следующие показатели:

- 1) виза (отсутствует);
- 2) страховка (не является обязательной и оплачивается туристом по желанию, в стоимость тура она вообще не входит и оформляется как дополнительная услуга);
- 3) транспортное обслуживание;
- 4) проживание (отсутствует);
- 5) питание (Отсутствует, т.к. разовый обед входит в стоимость организации и проведения культурно-развлекательного мероприятий);
- 6) экскурсионная программа. (включает только те расходы по экскурсионному обслуживанию, которые входят в обязательную программу тура.);
- 7) стоимость услуг гида-переводчика либо выделяется в самостоятельную калькуляционную статью, либо включается в косвенные расходы фирмы;
- 8) расходы на развлекательные мероприятия.

Итоговое значение прямых затрат отражает стоимость затрат туроператора по приобретению прав на туристские услуги и соответствуют затратам туриста.

Косвенные затраты по объектам калькулирования распределяются пропорционально выбранной базе для их распределения. В качестве базы для

распределения косвенных затрат применяется итоговое значение прямых затрат;

Полная себестоимость тура включает прямые затраты туриста и косвенные затраты туроператора.

9) налог на добавленную стоимость туристских услуг облагается НДС по действующей ставке 18%;

10) прибыль туроператора – норма прибыли и показатель полной себестоимости турпродукта. Норма прибыли зависит от конкурентно способности данного тура;

Общая стоимость тура включает: полную себестоимость (транспортные расходы, расходы на экскурсионную деятельность, расходы на развлекательные мероприятия и коммерческие затраты), НДС и прибыль туроператора.

Таблица 3.2

Калькуляция тура на группу 30 человек

№	Наименование статей калькуляции	В стоимостном выражении на группу (в рублях)	В стоимостном выражении на 1-го человека (в рублях)	%
1	Страховка	-	-	-
2	Визы	-	-	-
3	Транспортные расходы	13 200	440	35
4	Расходы на проживание	-	-	-
5	Расходы на питание	-	-	-
6	Расходы на экскурсионную программу	3 500	116,7	9,5
7	Расходы на развлекательные мероприятия	10 000	333,3	27
<b>Итого прямых затрат:</b>		<b>27 140</b>	<b>904,7</b>	<b>73,4</b>
8	Коммерческие затраты (реклама)	9 850	328,3	26,6
<b>Полная себестоимость:</b>		<b>36 990</b>	<b>1 233</b>	<b>100</b>

<b>Итого доля прямых затрат в полной себестоимости составляет:</b>				
<b>100% – 26,6% = 86,2%.</b>				
9	НДС – 18%	6 658	222	-
10	Прибыль – 20% от полной себестоимости	7 398	246,6	-
<b>Общая стоимость тура:</b>		51 046	1700	-

Проведя калькуляцию данного тура можно сделать вывод, что его стоимость приемлема для посещения и в полной мере оправдывает полученные впечатления, эмоции, а так же качественное обслуживание. Общая стоимость на группу из 30 человек составила 51 046 рублей, стоимость тура для одного туриста составляет 1700 рублей.

Благодаря разработке этого тура «Лесной Хутор на Гранях» у туристов появится возможность познакомиться с территорией проживания Смородинского сельского поселения, изучить красоту природы, исследовать места уклада жизни сельского населения. Так же туристы смогут посетить изба-музей, который является музеем народной культуры Грайворонского района. При организации этнографического тура будут организованы спортивно-развлекательные мероприятия, благодаря которым туристы смогут поучаствовать в традиционных обрядах и народных празднованиях, а так же посетить альтернативу контактному зоопарку – крестьянский двор. В подворье «Харчевня» насладитесь напитками и блюдами русской кухни, которые будут приготовлены для туристов в русской печи и на костре из домашних и экологически чистых продуктов. По желанию туристы также могут посетить сувенирную лавку, вы сможете приобрести сувениры на память, изготовленные руками Грайворонских мастеров. Данный тур рассчитан на все ценовые и возрастные категории отдыхающих.



Суммарная выгода для потребителя: отдых на Родине + отсутствие языкового барьера + удивительная природа Белгородской области + активный отдых + познавательные программы + пешие прогулки.

Продолжительность тура составляет 1 день.

Тур разработан на 30 человек

Маршрут подразумевает 4 часа пребывания в пути и 7 на территории туристической базы «Лесной Хутор на Гранях»

## Заключение

Этнографический туризм – это одна из форм познания наследия региона, народа или поселения, проживающие на определенной территории, с целью приобщения туристов к укладу жизни, быту и традициях народов (этносов).

В настоящее время одним из перспективных направлений является посещение этнодеревень, в которых представлен быт, традиции и культура того или иного этноса. Таким образом, современные высокоурбанизированные страны могут познакомить туристов не только с историей страны, но также с бытом и укладом жизни проживающих на его территории этносов. В таких деревнях можно принять непосредственное участие в проведении обрядов и церемоний, примерить национальную одежду, заняться национальным ремеслом и даже остаться на ночь.

Этнодеревни являются важным сегментом этнического туризма. Для развития этих деревень государство помогает инвестированием и финансированием их деятельности в туристической сфере и сельском хозяйстве. Такие деревни создаются на ограниченных территориях, вписываются в элементы природного и культурного ландшафта и насыщаются различными инфраструктурными элементами (национальные жилые постройки, бани, музеи, гостиницы, рестораны, дороги, торговые павильоны).

В выпускной квалификационной работе была проанализирована деятельность ООО «Доброхот»

Данное предприятие является обществом с ограниченной ответственностью, оказывающее услуги по туризму населению.

В ходе анализа была дана организационно-экономическая характеристика предприятия, где рассматривалась структура управления предприятия, маркетинговая деятельность и конкурентоспособность. В результате проведения ранжирования и составления многоугольника конкурентоспособности можно сделать вывод о том, что предприятие показывает показатели чуть

выше среднего значение и практически не уступает основным лидирующим конкурентам.

Для анализа финансовых показателей и коэффициентов ООО «Доброхот» были использованы бухгалтерский баланс и финансовая отчётность данного предприятия (по упрощенной системе налогообложения).

Оценивая финансово-экономическое положение ООО «Доброхот» можно сделать вывод, что данное предприятие оказалось средне ликвидным, но в тоже время вполне устойчивым на современном туристическом рынке. Предприятие пытается отказаться от заёмных средств и кредитов, за счёт этого повысился коэффициент независимости предприятия. Это говорит о финансовой устойчивости предприятия и его самостоятельности в решении финансовых проблем. Данное предприятие за последние годы увеличило коэффициент обеспеченности собственными материальными и нематериальными средствами, из этого следует, что предприятие восполняет все пробелы своими собственными силами. Все показатели имеют положительную динамику, что свидетельствует о стабильно улучшающемся положении предприятия на рынке туристских услуг. У ООО «Доброхот» есть некоторые риски, которые следует минимизировать, для того, чтобы данное предприятие сохранило доходность и не стало банкротом.

Изучая деятельность ООО «Доброхот» и составив SWOT-анализ, был выявлен ряд проблем, таких как:

- недостаточно высокий уровень квалификации кадров;
- плохо развита рекламная деятельность;
- плохое оснащение современными технологиями;
- зависимость продаж от сезонности;
- появление сильных конкурентов.

Для минимизации этих проблем были составлены рекомендации по повышению конкурентоспособности (улучшить работу главного сайта, усовершенствовать качество обслуживания, составить новый маркетинговый план с усилением рекламной деятельности).

Для развития этнографического туризма в регионе и для привлечения потенциальных, в будущем – постоянных, клиентов был разработан этнографический тур в Грайворонский район на территории Смородинского экопоселения на туристическую базу «Лесной Хутор на Грнях»

По прибытию на территорию «Лесной Хутор на Грнях» туристы смогут познакомиться с местами уклада сельской жизни, посетить избу – музей народной культуры. Окунуться в местный крестьянский колорит, поучаствовать в народных праздниках и обрядах, посетите крестьянский двор с домашними животными. В подворье «Харчевня» насладитесь напитками и блюдами русской кухни, приготовленными в русской печи и на костре. По желанию туристы также могут посетить сувенирную лавку, вы сможете приобрести сувениры на память, изготовленные руками Грайворонских мастеров. Данный тур рассчитан на все ценовые и возрастные категории отдыхающих.

Проведя калькуляцию данного тура можно сделать вывод, что его стоимость приемлема для посещения и в полной мере оправдывает полученные впечатления, эмоции, а так же качественное обслуживание. Общая стоимость на группу из 30 человек составила 51 046 рублей, стоимость тура для одного туриста составляет 1700 рублей.

## Список использованных источников

1. Об основах туристской деятельности в РФ [Текст] : федер.закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 05.02.2007) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 30, гл. IV. – Ст. 9.
2. ГОСТ 28681.0-90. Туристские услуги. Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания [Текст]. – Введ. 2008-11-30. – М. : Из-во стандартов, 2008.
3. Азар, В. И. Экономика и организация туризма [Текст] : учебник / В. И. Азар. – М.: Профиздат, 2015. – 215 с.
4. Азоев, А. Г. Управление организацией [Текст] / А. Г. Азоев // Центр. – 2012. – № 15. – С. 8-16.
5. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма [Текст] : учебное пособие / А. В. Бабкин – М.: Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 252 с.
6. Бгатов, А. П. Безопасность в туризме [Текст] : учеб. пособие / А.П. Бгатов. – М.: Форум, 2014. – 176 с.
7. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса [Текст] : учеб. пособие / В.В. Богалдин-Малых. – М.: МПСИ, 2018. – 560 с.
8. Боголюбов В.С. Туристско-рекреационное проектирование [Текст] : учеб. пособие / В. С. Боголюбов. – СПб.: Герда, 2016. – 180 с.
9. Бутузов А. Г. Этнокультурный туризм [Текст] : учебное пособие / А. Г. Бутузов. – М. : КНОРУС, 2014. – 248 с.
10. Быстров, С. А. Макроэкономика и микроэкономика в туризме [Текст] : учеб.пособие / С. А. Быстров. – СПб.: Из-во Герда, 2014. – 400 с.
11. Васильева, Л. С. Финансовый анализ [Текст] : учеб.пособие / Л. С. Васильева. – М.: Из-во КНОССРТ, 2016. – 544 с.
12. Ветитнев А. М. Организация санаторно-курортной деятельности [Текст] : учебное пособие / А.М. Ветитнев. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.

13. Гермалович, Н. А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учеб. пособие / Н. А. Гермалович. – М. : Из-во ФИС, 2015. – 346 с.
14. Гиляровская, Л. Т. Анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учеб. пособие / Л. Т. Гиляровская. – М.: Из-во Проспект, 2015. – 360 с.
15. Голубева, И. А. Современное состояние туристической отрасли и основные направления ее развития [Текст] : учеб. пособие / И. А. Голубева. – М.: МПСИ, 2014. – 88 с.
16. Гребцова, В. Е. Экономическая и социальная география России [Текст] : учеб. пособие / В. Е. Гребцова. – Ростов–на–Дону.: Феникс, 2014. – 240 с.
17. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг в сфере туризма и гостеприимства [Текст] : учеб. пособие / Е. А. Джанджугазова. – М.: Из-во Академия, 2014. – 224 с.
18. Дмитриев, М. Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учеб. пособие / М. Н. Дмитриев. – М.: Из-во Юнити, 2013. – 200 с.
19. Егорова, О. И. Проблемы оценки туристической торговой организации [Текст] : учеб. пособие / О. И. Егорова. – М.: ИНФА, 2014. – 10 с.
20. Жукова, М. А. Менеджмент в туристском бизнесе [Текст] : учеб. пособие / М. А. Жукова. – М.: Из-во КНОРУС, 2015. – 305 с.
21. Зайцева, Н. В. Туризм и гостиничное дело [Текст] : учеб. пособие / Н. В. Зайцева. – М. : Из-во Академия, 2014. – 208 с.
22. Исмаев, Д. К. Организация туризма в Российской Федерации [Текст] : учеб. пособие / Д. К. Исмаев. – М. : Из-во МАТГР, 2014. – 207 с.
23. Карпова, Г. А. Экономика современного туризма [Текст] : учеб. пособие / Г. А. Карпова. – СПб. : Из-во Герда, 2013. – 340 с.
24. Клейман А. А. Инфраструктура туризма: стратегия развития [Текст] : учеб. пособие / А. А. Клеймана. – СПб.: Д.А.Р.К., 2014. – 304 с.
25. Коваленко, Е. Г. Региональная экономика и управление [Текст] : учеб. пособие / Е. Г. Коваленко. – СПб.: Питер, 2014. – 88 с.

26. Котлер, Ф. Г. Маркетинг, гостеприимство, туризм [Текст] : учеб. пособие / Ф. Г. Котлер. – М. : И-во ЮНИТИ, 2014. – 23 с.
27. Линьков, К. А. Состояние и развитие познавательного туризма в России и Европе [Текст] : учеб. пособие / К. А. Линьков. – М.: И-во ЮНИТИ, 2014. – 14 с.
28. Любушин, Н. П. Экономический анализ [Текст] : учеб. пособие / Н. П. Любушин. – М. : Из-во Юнити, 2013. – 448 с.
29. Максютков, А. А. Бизнес-план предприятия: финансовый бюджет [Текст] : учеб. пособие / А. А. Максютков. – М. : Из-во Приор, 2010. – 290 с.
30. Маринин, Н. В. Законы регулирующие сферу туризма [Текст] : учебное пособие / Н. В. Маринин. – М.: Академия. – 2014. – 203 с.
31. Мельник, М. В. Анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учеб. пособие / М. В. Мельник. – М. : Из-во ИНФРА-М, 2014. – 192 с.
32. Морозов М.А. Экономика туризма [Текст] : учеб. пособие / М. А. Морозов. – М.: Федеральное агентство о туризму, 2014. – 98 с.
33. Морозова Н. А. Информационное обеспечение туризма [Текст] : учеб. пособие / Н. С. Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 210 с.
34. Палаткина Г. В. Молодежный туризм [Текст] : учеб. пособие / Г. В. Палаткина. – М.: Из-во Юнити, 2016 – 55с
35. Панарин, М. В. Статистика туризма в России и за рубежом [Текст] : учебное пособие / М.В. Панарин. – М.: Финстатинформ, 2015. – 37 с.
36. Панюков А. И. Основы агротуризма [Текст] : учеб. пособие / А. И. Панюков. – М.: Из-во ИНФРА-М, 2017. – 102 с.
37. Портер, М. Ю, Конкурентная стратегия туризма: методика анализа отраслей и конкурентов [Текст] : учеб. пособие / М. Ю. Портер. – М. : Из-во Альпина Бизнес Букс, 2013. – 44 с.
38. Путрик Ю. С.Образовательный туризм в России: [Текст] : учеб. пособие / Ю.С. Путрик. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. – 256 с.

39. Пястолов, С. М. Экономический анализ деятельности предприятия [Текст] : учеб. пособие / С. М. Пястолов. – М. : Из-во Проект, 2014. – 576 с.
40. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – М. : Из-во Проспект, 2013. – 688 с.
41. Сереженко Ю.А. Страны мира. Современный справочник [Текст]: учеб. пособие / Ю.А. Сереженко. – М.: Мир книги, 2015; – 416 с.
42. Скобкин С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма [Текст] : учеб. пособие / С.С. Скобкин. – М.: ГРИФ 2017 – 135 с.
43. Соловьев, С. С. Безопасный отдых и туризм [Текст] : учеб. пособие / С.С. Соловьев. – М.: Академия, 2017. - 288 с.
44. Цепкин, В. Ф. Туристская инфраструктура России [Текст] : учеб. пособие / В. Ф. Цепкин. – М.: Мир Книг, 2014. – 120 с.
45. Черкасова, И. О. Анализ финансового состояния предприятия [Текст] : учеб. пособие / И. О. Черкасова. – СПб.: Из-во Нева, 2014. – 192 с.
46. Шеремет, А. Д. Анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учеб. пособие / А. Д. Шеремет. – М. : Из-во ИНФРА-М, 2014. – 415 с.
47. Щеникова, Н. Б. Основы туризма и индустрии гостеприимства [Текст] : учеб. пособие / Н. Б. Щеникова. – М. : Из-во ИНФА, 2014. – 172 с.
48. Шмелева Т. В. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт [Текст] : учеб. пособие / Т. В. Шмелевой. – Тула.: изд-во Гриф и К, 2014. – 284 с
49. Imkeep, E. Tourism Planning. An Integrated and Sustainable Development Approach [Text]: textbook for students / E, Imkeep. – NY. : Publishing house AAUP, 2009. – 125 с.
50. Mill, R. Resorts: Management and Operation [Text] / R, Mill // Traveler. – 2012. – № 55. – pp.7-10.
51. Tourism Management: Analysis, Behaviour and Strategy [Text] / Ed. by A.G. Woodside, D. Martin: CABI, 2008. 528 p.



## **Приложения**



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ТУРИЗМУ

## СВИДЕТЕЛЬСТВО

О ВНЕСЕНИИ СВЕДЕНИЙ О ТУРОПЕРАТОРЕ  
В ЕДИНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ РЕЕСТР ТУРОПЕРАТОРОВ

Реестровый номер РТО 011703

Настоящим подтверждается, что в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и на основании решения (приказа) Федерального агентства по туризму от «05» ноября 2013 г. №78-Пр-13 внесены сведения в единый федеральный реестр туроператоров Общество с ограниченной ответственностью "Доброхот"

(полное наименование юридического лица в соответствии с учредительными документами)

ООО "Доброхот"

(сокращенное наименование юридического лица)

Адрес (место нахождения) и почтовый адрес 308027, г. Белгород, ул. Щорса, д. 8, оф. 34;  
308034, г. Белгород, ул. Королева д.2"Б", оф.2

ОГРН 1093123018064 ИНН 3123206840

Адрес официального сайта dobrohot.gidbelgorod.ru

Сфера туроператорской деятельности международный въездной туризм; внутренний туризм

(международный въездной туризм, международный въездной туризм, внутренний туризм)

Документ о финансовом обеспечении Д-13150010-50-2-000091-17 от 12.07.2017

(номер, дата договора или договоров страхования гражданской ответственности за неисполнение

обязательства по договору о реализации туристского продукта и (или) банковской гарантии или банковских гарантий исполнения обязательств по договору о реализации туристского продукта)

Наименование организации (организаций), предоставившей (предоставивших) финансовое обеспечение, ее (их) адрес (место (места) нахождения) ПАО СК "Росгосстрах", 140002, Московская обл., г. Люберцы, ул. Парковая, д. 3

Срок действия финансового обеспечения с 23.10.2017 по 22.10.2018

Общий размер финансового обеспечения 500000 (пятьсот тысяч рублей)

(цифрами и прописью)

Руководитель  
(Заместитель руководителя)



С.Е. Корнеев

ТО № 064204

УТВЕРЖДЕН  
Общим собранием  
учредителей Общества  
протокол №1 от 25.11. 2009 г.

У С Т А В  
ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

«ДоброХОТ»

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ,**

1.1. Общество с ограниченной ответственностью «Доброхот», именуемое в дальнейшем «Общество», создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом от 08.02.1998 N 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

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

1.3. Полное фирменное наименование Общества на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «Доброхот».

Сокращенное фирменное наименование Общества на русском языке: ООО «Доброхот».

1.4. Общество является коммерческой организацией.

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

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

1.7. Участники не отвечают по обязательствам Общества и несут риск убытков, связанных с деятельностью Общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

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

1.9 Место нахождения общества: РФ, Белгородская область, г. Белгород, ул. Щорса, д.8

Место нахождения общества определяется местом его государственной регистрации.

1.10. Общество зарегистрировано на неопределенный срок.

## **2. ЦЕЛИ И ПРЕДМЕТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.**

2.1 Целью деятельности Общества является получение прибыли

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

- деятельность прочих мест для временного проживания;
- деятельность молодежных туристских лагерей и горных туристских баз;
- деятельность кемпингов;
- деятельность прочих мест для проживания;
- деятельность детских лагерей на время каникул;
- деятельность пансионатов, домов отдыха и т.п.;
- сдача внаем для временного проживания меблированных комнат;
- предоставление мест для временного проживания в ж/д спальнях вагонах и прочих транспортных средствах;
- деятельность туристических агентств;
- организация комплексного туристического обслуживания;
- обеспечение экскурсионными билетами, обеспечение проживания, обеспечение транспортными средствами;
- предоставление туристических информационных услуг;
- предоставление туристических экскурсионных услуг;
- деятельность страховых агентов;
- образование для взрослых и прочие виды образования;
- прочая зрелищно-развлекательная деятельность;
- деятельность в области создания произведений искусства;
- деятельность актеров, режиссеров, композиторов, художников, скульпторов и прочих представителей творческих профессий, выступающих на индивидуальной основе;

- прочая деятельность в области культуры;
- деятельность в области спорта;
- прочая деятельность в области спорта;
- прочая деятельность по организации отдыха и развлечений;
- физкультурно-оздоровительная деятельность;
- предоставление прочих персональных услуг;
- розничная торговля в неспециализированных магазинах;
- розничная торговля текстильными и галантерейными изделиями;
- розничная торговля галантерейными изделиями;
- розничная торговля одеждой;
- розничная торговля обувью и изделиями из кожи;
- розничная торговля мебелью и товарами для дома;
- прочая розничная торговля в специализированных магазинах;
- розничная торговля сувенирами, изделиями народных художественных промыслов, предметами культового и религиозного назначения, похоронными принадлежностями;
- розничная торговля бывшими в употреблении товарами в магазинах;
- розничная торговля вне магазинов
- иные виды деятельности, не запрещенные федеральными законами.

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

Если условиями предоставления специального разрешения (лицензии) на занятие определенным видом деятельности предусмотрено требование осуществлять такую деятельность как исключительную, то Общество в течение срока действия специального разрешения (лицензии) вправе осуществлять только виды деятельности, предусмотренные специальным разрешением (лицензией), и сопутствующие виды деятельности.

### **3. ПРАВОВОЙ СТАТУС ОБЩЕСТВА.**

3.1. Общество является юридическим лицом с момента его государственной регистрации, имеет самостоятельный баланс, расчетный, валютный и иные счета в учреждениях банков, печать и штампы или фирменные бланки со своим наименованием, товарный знак, имущество и действует на принципах самоокупаемости и самофинансирования.

3.2. В процессе своей деятельности Общество имеет право:

- совершать в Российской Федерации и за рубежом сделки и иные юридические акты с юридическими и физическими лицами, в том числе купли-продажи, мены, подряда, займа, перевозки, страхования, поручения, комиссии, хранения, совместной деятельности и др.;
- выступать третьим лицом при заключении торговых и прочих сделок;
- открывать представительства, филиалы, отделения, дочерние фирмы, быть учредителем других хозяйственных товариществ и Обществ;
- приобретать предприятия, становиться правопреемником ликвидируемых и реорганизуемых предприятий и организаций;
- входить в ассоциации, союзы, выходить из них;
- приобретать, отчуждать, брать и сдавать в наем движимое и недвижимое имущество в Российской Федерации и за рубежом;
- приобретать, арендовать и сдавать в аренду и субаренду земельные участки в соответствии с действующим законодательством;
- проводить в установленном порядке операции на валютных, товарных и фондовых биржах;
- самостоятельно осуществлять экспортно-импортные операции в соответствии с действующим законодательством;
- иметь собственные основные и оборотные средства, образовывать фонды, состоящие из рублевой и валютной части. Самостоятельно распоряжаться, имеющимися рублевыми и валютными средствами на закупку материалов, оборудования, технологий, патентов, программ и т.д., а также на

командирование специалистов, участие в зарубежных научных, коммерческих и рекламных мероприятиях и т.п.;

- привлекать на договорных началах к своей работе российских и иностранных специалистов, в том числе формируя временные творческие (трудовые) коллективы;

- самостоятельно определять направления своей деятельности, организацию, объёмы и структуру производства, порядок и условия реализации продукции, работ и услуг, общую численность сотрудников, порядок формирования и использования денежных и имущественных фондов и резервов, формы и размеры оплаты труда членов коллектива Общества, в том числе работающих в нем, на основе трудовых договоров и соглашений;

- в случаях, предусмотренных законодательством, самостоятельно устанавливать расценки в рублях и иностранной валюте за производимую продукцию, оказываемые услуги и выполняемые работы с учетом необходимости самофинансирования, валютной самоокупаемости и складывающейся конъюнктуры рынка на работы и услуги;

- осуществлять расчеты наличными деньгами за товары, работы и услуги;

- пользоваться кредитами банков в рублях и иностранной валюте, коммерческими кредитами;

- осуществлять лизинговые операции.

3.3. Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Общество не отвечает по обязательствам государства, а государство не отвечает по обязательствам Общества. Общество не отвечает по обязательствам своих Участников, а Участники не отвечают по обязательствам Общества, и несут риск убытков, связанных с деятельностью Общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в Уставном капитале Общества. Участники Общества, не полностью оплатившие доли, несут солидарную ответственность по обязательствам Общества в пределах стоимости неоплаченной части принадлежащих им долей в Уставном капитале Общества.

3.4. Общество может создавать филиалы и открывать представительства по решению Общего собрания Участников Общества, принятому большинством не менее двух третей голосов от общего числа голосов Участников Общества. Филиалы и представительства Общества не являются юридическими лицами и действуют на основании утвержденных Обществом Положений. Ответственность за деятельность филиала и представительства несет создавшее их Общество.

3.5. Участниками Общества могут быть граждане и юридические лица. Государственные органы и органы местного самоуправления не вправе выступать Участниками Общества, если иное не установлено Федеральным законом. Общество не может иметь в качестве единственного Участника другое хозяйственное Общество, состоящее из одного лица. Число Участников Общества не должно быть более пятидесяти.

### **4 УСТАВНЫЙ КАПИТАЛ ОБЩЕСТВА.**

4.1. Уставный капитал Общества составляет номинальной стоимости долей его Участников и определяет минимальный размер имущества, гарантирующего интересы его кредиторов.

Уставный капитал Общества оплачен денежными средствами Участников Общества и составляет 12 000 (двенадцать тысяч) рублей,

Не допускается освобождение Участника Общества от обязанности оплатить долю в Уставном капитале Общества, в том числе путем зачета его требований к Обществу.

4.2. Действительная стоимость доли Участников Общества соответствует стоимости чистых активов Общества, пропорциональной размеру его доли.

4.3. Оплата долей в Уставном капитале Общества может осуществляться деньгами, ценными бумагами, другими вещами или имущественными правами, либо иными имеющими денежную оценку правами.

4.4. Обращение по требованию кредиторов взыскания на долю (часть доли) Участника Общества в Уставном капитале Общества по долгам Участника Общества допускается только на основании решения суда при недостаточности для покрытия долгов другого имущества Участников Общества.

4.5. Денежная оценка имущества, вносимого для оплаты долей в Уставном капитале Общества, утверждается решением общего собрания Участников Общества принимаемым всеми Участниками Общества единогласно.

4.6. В случае неполной оплаты доли в Уставном капитале Общества в течение срока, определяемого в договоре об учреждении Общества, неоплаченная часть доли переходит к Обществу.

командирование специалистов, участие в зарубежных научных, коммерческих и рекламных мероприятиях и т.п.;

- привлекать на договорных началах к своей работе российских и иностранных специалистов, в том числе формируя временные творческие (трудовые) коллективы;

- самостоятельно определять направления своей деятельности, организацию, объёмы и структуру производства, порядок и условия реализации продукции, работ и услуг, общую численность сотрудников, порядок формирования и использования денежных и имущественных фондов и резервов, формы и размеры оплаты труда членов коллектива Общества, в том числе работающих в нем, на основе трудовых договоров и соглашений;

- в случаях, предусмотренных законодательством, самостоятельно устанавливать расценки в рублях и иностранной валюте за производимую продукцию, оказываемые услуги и выполняемые работы с учетом необходимости самофинансирования, валютной самоокупаемости и складывающейся конъюнктуры рынка на работы и услуги;

- осуществлять расчеты наличными деньгами за товары, работы и услуги;

- пользоваться кредитами банков в рублях и иностранной валюте, коммерческими кредитами;

- осуществлять лизинговые операции.

3.3. Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Общество не отвечает по обязательствам государства, а государство не отвечает по обязательствам Общества. Общество не отвечает по обязательствам своих Участников, а Участники не отвечают по обязательствам Общества, и несут риск убытков, связанных с деятельностью Общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в Уставном капитале Общества. Участники Общества, не полностью оплатившие доли, несут солидарную ответственность по обязательствам Общества в пределах стоимости неоплаченной части принадлежащих им долей в Уставном капитале Общества.

3.4. Общество может создавать филиалы и открывать представительства по решению Общего собрания Участников Общества, принятому большинством не менее двух третей голосов от общего числа голосов Участников Общества. Филиалы и представительства Общества не являются юридическими лицами и действуют на основании утвержденных Обществом Положений. Ответственность за деятельность филиала и представительства несет создавшее их Общество.

3.5. Участниками Общества могут быть граждане и юридические лица. Государственные органы и органы местного самоуправления не вправе выступать Участниками Общества, если иное не установлено Федеральным законом. Общество не может иметь в качестве единственного Участника другое хозяйственное Общество, состоящее из одного лица. Число Участников Общества не должно быть более пятидесяти.

### **4 УСТАВНЫЙ КАПИТАЛ ОБЩЕСТВА.**

4.1. Уставный капитал Общества составляет номинальной стоимости долей его Участников и определяет минимальный размер имущества, гарантирующего интересы его кредиторов.

Уставный капитал Общества оплачен денежными средствами Участников Общества и составляет 12 000 (двенадцать тысяч) рублей,

Не допускается освобождение Участника Общества от обязанности оплатить долю в Уставном капитале Общества, в том числе путем зачета его требований к Обществу.

4.2. Действительная стоимость доли Участников Общества соответствует стоимости чистых активов Общества, пропорциональной размеру его доли.

4.3. Оплата долей в Уставном капитале Общества может осуществляться деньгами, ценными бумагами, другими вещами или имущественными правами, либо иными имеющими денежную оценку правами.

4.4. Обращение по требованию кредиторов взыскания на долю (часть доли) Участника Общества в Уставном капитале Общества по долгам Участника Общества допускается только на основании решения суда при недостаточности для покрытия долгов другого имущества Участников Общества.

4.5. Денежная оценка имущества, вносимого для оплаты долей в Уставном капитале Общества, утверждается решением общего собрания Участников Общества принимаемым всеми Участниками Общества единогласно.

4.6. В случае неполной оплаты доли в Уставном капитале Общества в течение срока, определяемого в договоре об учреждении Общества, неоплаченная часть доли переходит к Обществу.

применяются для выпусков облигаций с ипотечным покрытием и в иных случаях, установленных федеральными законами о ценных бумагах.

## **6. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ УЧАСТНИКОВ.**

### **6.1 Участники Общества имеют право:**

6.1.1. Участвовать в управлении Общества в порядке, определяемом настоящим Уставом и Федеральным законом «Об Обществах с ограниченной ответственностью»;

6.1.2. Получать информацию о деятельности Общества и знакомится с его бухгалтерскими книгами и иной документацией по заявлению исполнительному органу в течение десяти дней со дня подачи заявления;

6.1.3. Принимать участие в распределении прибыли;

6.1.4. Продать или иным образом уступить свою долю в Уставном капитале Общества либо одному или нескольким Участникам данного Общества в порядке, предусмотренном Федеральным законом «Об Обществах с ограниченной ответственностью» и настоящим Уставом;

6.1.5. В любое время выйти из Общества независимо от согласия других его Участников;

6.1.6. Получить в случае ликвидации Общества часть имущества, оставшуюся после расчетов с кредиторами, или его стоимость;

6.1.7. Иметь и другие права, предусмотренные ГК РФ, Федеральным законом «Об Обществах с ограниченной ответственностью»;

6.1.8. Заложить принадлежащие им доли (часть доли) в Уставном капитале Общества другому Участнику Общества или третьему лицу с согласия Общества по решению общего собрания Участников Общества, принятому большинством голосов всех Участников Общества.

### **6.2. Участники Общества обязаны:**

6.2.1. Вносить вклады в порядке, размерах, способами и в сроки, предусмотренными Уставом и Федеральным законом от 08.02.98г. «Об Обществах с ограниченной ответственностью»; соблюдать положения Устава и, в случае заключения, Договора об осуществлении прав Участников Общества;

6.2.2. Оказывать Обществу содействие в осуществлении им своей деятельности;

6.2.3. Не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности Общества. Перечень конфиденциальной информации утверждается общим собранием Участников;

6.2.4. Информировать своевременно Общество об изменении сведений о своем имени или наименовании, месте жительства или месте нахождения, а также сведений о принадлежащих ему долях в Уставном капитале Общества.

По решению общего собрания Участников Общества, принятому Участниками единогласно, на всех Участников Общества могут быть возложены дополнительные обязанности. Возложение дополнительных обязанностей на определенного Участника Общества осуществляется по решению общего собрания Участников Общества, принятому большинством не менее двух третей голосов от общего числа Участников Общества, при условии, если Участник Общества, на которого возлагаются такие дополнительные обязанности, голосовал за принятие такого решения или дал письменное согласие.

## **7. ПЕРЕХОД ДОЛИ (ЧАСТИ ДОЛИ) УЧАСТНИКА ОБЩЕСТВА В УСТАВНОМ КАПИТАЛЕ ОБЩЕСТВА К ДРУГИМ УЧАСТНИКАМ ОБЩЕСТВА И ТРЕТЬИМ ЛИЦАМ.**

7.1. Доля Участника Общества может быть отчуждена до полной ее оплаты только в части, в которой она оплачена на основании сделки, в порядке правопреемства или на ином законном основании.

7.2. Участник Общества вправе продать или осуществить отчуждение иным образом своей доли или части доли в Уставном капитале Общества одному или нескольким Участникам данного Общества. Согласие других Участников Общества или Общества на совершение такой сделки не требуется.

7.3. Допускается продажа или уступка иным образом Участнику Общества своей доли (части доли) третьим лицам.



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

7.5. Общество также обладает преимущественным правом покупки доли или части доли, принадлежащих Участнику Общества, по цене предложения третьему лицу, если другие Участники Общества не использовали свое преимущественное право покупки доли или части доли Участника Общества.

7.6. Участник Общества, намеренный продать свою долю или часть доли в Уставном капитале Общества третьему лицу, обязан известить в письменной форме об этом остальных Участников Общества и само Общество путем направления через Общество за свой счет оферты, адресованной этим лицам и содержащей указание цены и других условий продажи.

7.7. Оферта о продаже доли или части доли в Уставном капитале Общества считается полученной всеми Участниками Общества в момент ее получения Обществом. При этом она может быть акцептована лицом, являющимся Участником Общества на момент акцепта, а также Обществом в случаях, предусмотренных Федеральным законом от 08.02.98 г. «Об Обществах с ограниченной ответственностью».

7.8. Оферта считается неполученной, если в срок не позднее дня ее получения Обществом Участнику Общества поступило извещение о ее отзыве. Отзыв оферты о продаже доли или части доли после ее получения Обществом допускается только с согласия всех Участников Общества.

7.9. Участники Общества вправе воспользоваться преимущественным правом покупки доли или части доли в Уставном капитале Общества в течение 30 (Тридцати) дней с даты получения оферты Обществом.

7.10. Если другие Участники Общества не использовали свое преимущественное право покупки доли или части доли Участника Общества, Общество вправе воспользоваться преимущественным правом покупки доли или части доли в Уставном капитале Общества, в течение 15 (Пятнадцати) дней, с даты, прекращения преимущественного права у Участников Общества.

7.11. При отказе отдельных Участников Общества от использования преимущественного права покупки доли или части доли в Уставном капитале Общества либо использовании ими преимущественного права покупки не всей предлагаемой для продажи доли или не всей предлагаемой для продажи части доли другие Участники Общества могут реализовать преимущественное право покупки доли или части доли в Уставном капитале Общества в соответствующей части пропорционально размерам своих долей в пределах оставшейся части срока реализации ими преимущественного права покупки доли или части доли.

7.12. В случае, если Участники Общества или Общество не воспользуются преимущественным правом покупки доли или части доли в Уставном капитале Общества, предлагаемых для продажи, в том числе образующихся в результате использования преимущественного права покупки не всей доли или не всей части доли либо отказа отдельных Участников Общества и Общества от преимущественного права покупки доли или части доли в Уставном капитале Общества, оставшиеся доля или часть доли могут быть проданы третьему лицу по цене, которая не ниже установленной в оферте для Общества и его Участников цены, и на условиях, которые были сообщены Обществу и его Участникам.

7.13. Доли в Уставном капитале Общества переходят к наследникам граждан и к правопреемникам юридических лиц, являвшихся Участниками Общества.

До принятия наследником умершего Участника Общества наследства управление его долей в Уставном капитале Общества осуществляется в порядке, предусмотренном Гражданским кодексом Российской Федерации.

7.14. При продаже доли или части доли в Уставном капитале Общества с публичных торгов права и обязанности Участника Общества по такой доле или части доли переходят с согласия Участников Общества.

7.15. Сделка, направленная на отчуждение доли или части доли в Уставном капитале Общества, подлежит нотариальному удостоверению. Несоблюдение нотариальной формы указанной сделки влечет за собой ее недействительность.

Нотариальное удостоверение не требуется в случае перехода доли к Обществу в порядке, предусмотренном статьей 23, пунктом 2 статьи 26 Федерального закона, а также распределения доли между Участниками Общества и продажи доли всем или некоторым Участникам Общества либо третьим лицам в соответствии со статьей 24 Федерального закона.

7.16. Доля или часть доли в Уставном капитале Общества переходит к ее приобретателю с момента нотариального удостоверения сделки, направленной на отчуждение доли или части доли в Уставном капитале Общества, либо в случаях, не требующих нотариального удостоверения, с момента внесения в единый государственный реестр юридических лиц соответствующих изменений на основании правоустанавливающих документов.

7.18. К приобретателю доли или части доли в Уставном капитале Общества переходят все права и обязанности Участника Общества, возникшие до совершения сделки, направленной на отчуждение указанной доли или части доли в Уставном капитале Общества, или до возникновения иного основания ее перехода, за исключением прав и обязанностей, предусмотренных соответственно абзацем вторым пункта 2 статьи 8 и абзацем вторым пункта 2 статьи 9 Федерального закона.

7.19. Участник Общества, осуществивший отчуждение своей доли или части доли в Уставном капитале Общества, несет перед Обществом обязанность по внесению вклада в имущество, возникшую до совершения сделки, направленной на отчуждение указанных доли или части доли в Уставном капитале Общества, солидарно с ее приобретателем.

7.20. После нотариального удостоверения сделки, направленной на отчуждение доли или части доли в Уставном капитале Общества, либо в случаях, не требующих нотариального удостоверения, с момента внесения соответствующих изменений в единый государственный реестр юридических лиц переход доли или части доли может быть оспорен только в судебном порядке путем предъявления иска в арбитражный суд.

7.21. При продаже доли или части доли в Уставном капитале Общества с нарушением преимущественного права покупки доли или части доли любые Участник или Участники Общества либо Общество в течение трех месяцев со дня, когда Участник или Участники Общества либо Общество узнали или должны были узнать о таком нарушении, вправе потребовать в судебном порядке перевода на них прав и обязанностей покупателя.

7.22. В случае отчуждения либо перехода доли или части доли в Уставном капитале Общества по иным основаниям к третьим лицам с нарушением порядка получения согласия Участников Общества или Общества, предусмотренного настоящей статьёй, а также в случае нарушения запрета на продажу или отчуждение иным образом доли или части доли Участник или Участники Общества либо Общество вправе потребовать в судебном порядке передачи доли или части доли Обществу в течение трех месяцев со дня, когда они узнали или должны были узнать о таком нарушении.

Решение суда о передаче доли или части доли Обществу является основанием государственной регистрации соответствующего изменения. Такие доля или часть доли в Уставном капитале Общества должны быть реализованы Обществом в порядке и в сроки, которые установлены статьёй 24 настоящего Федерального закона.

## **8. ПОРЯДОК ВЫХОДА УЧАСТНИКА ОБЩЕСТВА ИЗ ОБЩЕСТВА.**

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

8.2. Выход Участников Общества из Общества, в результате которого в Обществе не остается ни одного Участника, а также выход единственного Участника Общества из Общества не допускается.

8.3. В случае выхода Участника Общества из Общества его доля переходит к Обществу. Общество обязано выплатить Участнику Общества, подавшему заявление о выходе из Общества, действительную стоимость его доли в Уставном капитале Общества, определяемую на основании данных бухгалтерской отчетности Общества за последний отчетный период, предшествующий дню подачи заявления о выходе из Общества, или с согласия этого Участника Общества выдать ему в натуре имущество такой же стоимости либо в случае неполной оплаты им доли в Уставном капитале Общества действительную стоимость оплаченной части доли.

8.4. Доля или часть доли переходит к Обществу с даты получения Обществом заявления Участника Общества о выходе из Общества.

8.5. Документы для государственной регистрации соответствующих изменений должны быть представлены в орган, осуществляющий государственную регистрацию юридических лиц, в течение месяца со дня перехода доли или части доли к Обществу. Указанные изменения приобретают силу для третьих лиц с момента их государственной регистрации.

8.6. Действительная стоимость доли или части доли в Уставном капитале Общества выплачивается за счет разницы между стоимостью чистых активов Общества и размером его

Уставного капитала. В случае, если такой разницы недостаточно, Общество обязано уменьшить свой Уставный капитал на недостающую сумму.

8.7. Если уменьшение Уставного капитала Общества может привести к тому, что его размер станет меньше минимального размера Уставного капитала Общества, определенного в соответствии с настоящим Федеральным законом, на дату государственной регистрации Общества, действительная стоимость доли или части доли в Уставном капитале Общества выплачивается за счет разницы между стоимостью чистых активов Общества и указанным минимальным размером Уставного капитала Общества. В этом случае действительная стоимость доли или части доли в Уставном капитале Общества может быть выплачена не ранее чем через три месяца со дня возникновения основания для такой выплаты.

8.8. Если в указанный срок у Общества появляется обязанность по выплате действительной стоимости другой доли или части доли либо других долей или частей долей, принадлежащих нескольким Участникам Общества, действительная стоимость таких долей или частей долей выплачивается за счет разницы между стоимостью чистых активов Общества и указанным минимальным размером его Уставного капитала пропорционально размерам долей или частей долей, принадлежащих Участникам Общества.

8.9. Общество не вправе выплачивать действительную стоимость доли или части доли в Уставном капитале Общества либо выдавать в натуре имущество такой же стоимости, если на момент этих выплаты или выдачи имущества в натуре оно отвечает признакам несостоятельности (банкротства) в соответствии с федеральным законом о несостоятельности (банкротстве) либо в результате этих выплаты или выдачи имущества в натуре указанные признаки появятся у Общества.

### **9. ИМУЩЕСТВО, ФОНДЫ, ПРИБЫЛЬ, ЦЕННЫЕ БУМАГИ ОБЩЕСТВА.**

9.1. Имущество Общества составляют основные фонды, оборотные средства, продукция, произведенная Обществом в результате хозяйственной деятельности, а также иные ценности, стоимость которых отражается на самостоятельном балансе Общества.

9.2. Источниками формирования имущества Общества являются:

1. вклады Участников;
2. доходы, полученные от реализации продукции, работ, услуг, а также от других видов хозяйственной деятельности;
3. доходы от ценных бумаг;
4. кредиты банков и других кредитов;
5. безвозмездные или благотворительные взносы; пожертвования организаций, предприятий, граждан;
6. иные источники, не запрещенные законодательными актами РФ.

9.3. Обществом могут создаваться следующие фонды: резервный фонд, амортизационный фонд и другие фонды.

9.4. Резервный фонд создается в размере 15% Уставного капитала. Размер ежегодных отчислений в резервный фонд составляет 5% от суммы чистой прибыли до достижения размера 15% Уставного капитала. Средства резервного фонда Общества используются на покрытие его убытков, а так же для погашения облигаций Общества и выкупа акций Общества в случае отсутствия иных средств.

9.5. Общество ежегодно производит амортизационные отчисления со стоимости имущества, заключающегося в строениях, оборудовании, инвентаре, инструментах, транспорте и прочем (по оценке на момент принятия на баланс) в амортизационный фонд в установленных законодательством размерах.

9.6. Общество раз в квартал, полгода или год принимает решение о распределении своей чистой прибыли между Участниками Общества. Решение об определении части прибыли Общества, распределяемой между Участниками Общества, принимается Общим собранием Участников Общества. Часть прибыли Общества, предназначенная для распределения между его Участниками, распределяется пропорционально их долям в Уставном капитале Общества. Изменение такого порядка распределения прибыли Общества между его Участниками осуществляется по решению Общего собрания Участников Общества, принятому всеми Участниками Общества единогласно.

9.7. Общество не вправе принимать решение о распределении своей прибыли между Участниками Общества:

- до полной оплаты всего Уставного капитала Общества;
- до выплаты действительной стоимости доли или части доли Участника Общества в случаях, предусмотренных Федеральным законом от 08.02.98 г. «Об Обществах с ограниченной ответственностью»;
- если на момент принятия такого решения Общество отвечает признакам несостоятельности (банкротства) или если указанные признаки появятся у Общества в результате принятия такого решения;
- если на момент принятия такого решения стоимость чистых активов Общества меньше его Уставного капитала и резервного фонда или станет меньше из размера в результате принятия такого решения.

### **10. ВЕДЕНИЕ СПИСКА УЧАСТНИКОВ ОБЩЕСТВА**

10.1. Общество ведет список Участников Общества с указанием сведений о каждом Участнике Общества, размере его доли в Уставном капитале Общества и ее оплате, а также о размере долей, принадлежащих Обществу, датах их перехода к Обществу или приобретения Обществом.

10.2. Общество обязано обеспечивать ведение и хранение списка Участников Общества в соответствии с требованиями Федерального закона от 08.02.98 г. «Об Обществах с ограниченной ответственностью» с момента государственной регистрации Общества.

10.3. Директор обеспечивает соответствие сведений об Участниках Общества и о принадлежащих им долях или частях долей в Уставном капитале Общества, о долях или частях долей, принадлежащих Обществу, сведениям, содержащимся в едином государственном реестре юридических лиц, и нотариально удостоверенным сделкам по переходу долей в Уставном капитале Общества, о которых стало известно Обществу.

10.4. Каждый Участник обязан информировать своевременно Общество об изменении сведений о своем имени или наименовании, месте жительства или месте нахождения, а также сведений о принадлежащих ему долях в Уставном капитале Общества. В случае непредставления Участником Общества информации об изменении сведений о себе Общество не несет ответственность за причиненные в связи с этим убытки.

10.5. Общество и не уведомившие Общество об изменении соответствующих сведений Участники Общества не вправе ссылаться на несоответствие сведений, указанных в списке Участников Общества, сведениям, содержащимся в едином государственном реестре юридических лиц, в отношениях с третьими лицами, действовавшими только с учетом сведений, указанных в списке Участников Общества.

10.6. В случае возникновения споров по поводу несоответствия сведений, указанных в списке Участников Общества, сведениям, содержащимся в едином государственном реестре юридических лиц, право на долю или часть доли в Уставном капитале Общества устанавливается на основании сведений, содержащихся в едином государственном реестре юридических лиц.

10.7. В случае возникновения споров по поводу недостоверности сведений о принадлежности права на долю или часть доли, содержащихся в едином государственном реестре юридических лиц, право на долю или часть доли устанавливается на основании договора или иного подтверждающего возникновение у учредителя права на долю или часть доли документа.

### **11. УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВОМ.**

#### **Общее собрание Участников.**

11.1. Высшим органом управления Общества является Общее собрание Участников. Один раз в год Общество проводит годовое Общее собрание. Проводимые помимо годового, Общие собрания Участников являются внеочередными.

Единоличный исполнительный орган – Директор.

11.2. К компетенции Общего собрания Участников относятся:

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

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

## Продолжение приложения 2

- 11.2.3. Внесение изменений в Учредительный договор.
- 11.2.4. Избрание Ревизионной комиссии (Ревизора) Общества и досрочное прекращение ее полномочий.
- 11.2.5. Избрание Директора и досрочное прекращение его полномочий.
- 11.2.6. Утверждение годовых отчетов, годовых бухгалтерских балансов.
- 11.2.7. Принятие решения о распределении чистой прибыли Общества между Участниками Общества.
- 11.2.8. Принятие решения о размещении Обществом облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг.
- 11.2.9. Назначение аудиторской проверки, утверждение аудитора и определение размера оплаты его услуг.
- 11.2.10. Принятие решения о реорганизации или ликвидации Общества.
- 11.2.11. Назначение ликвидационной комиссии и утверждение ликвидационных балансов.
- 11.2.12. Создание филиалов и открытие представительств.
- 11.2.13. Предоставление Участникам дополнительных прав или возложение на Участников дополнительных обязанностей.
- 11.2.14. Возложение дополнительных обязанностей на определенного Участника.
- 11.2.15. Прекращение или ограничение дополнительных прав, а также прекращение дополнительных обязанностей.
- 11.2.16. Утверждение денежной оценки неденежных вкладов в уставный капитал, вносимых Участниками Общества или принимаемыми в Общество третьими лицами.
- 11.2.17. Залог Участником своей доли другому Участнику Общества или третьему лицу.
- 11.2.18. Решение о внесении Участниками вкладов в имущество Общества.
- 11.2.19. Решение о совершении Обществом сделки, в совершении которой имеется заинтересованность, согласно ст. 45 ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью", а также решение о совершении крупной сделки согласно ст. 46 ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью".
- 11.2.20. Распределение доли, принадлежащей Обществу, между Участниками Общества или продажа доли, принадлежащей Обществу, некоторым Участникам Общества или третьим лицам.
- 11.2.21. Выплата действительной стоимости имущества Участниками Общества при обращении взыскания на долю в уставном капитале одного из Участников Общества.
- 11.2.22. Определение условий оплаты труда Директора Общества, а также руководителей филиалов и представительств.
- 11.2.23. Утверждение штатного расписания Общества, сметы текущих квартальных расходов.
- 11.2.24. Утверждение сделок по отчуждению любого имущества общества независимо от суммы сделки.
- 11.2.25. Решение вопросов, предусмотренных пп. 11.2.1 - 11.2.24, относится к исключительной компетенции Общего собрания Участников Общества.
- Решение вопросов, отнесенных к исключительной компетенции Общего собрания Участников, не может быть передано исполнительному органу. Общее собрание Участников не вправе принимать решения по вопросам, не включенным в повестку дня и не отнесенным к его компетенции.
- 11.3. Решения по вопросам, предусмотренным пп. 11.2.2, 11.2.13, 11.2.15, 11.2.19, принимаются большинством не менее 2/3 голосов от общего числа голосов Участников Общества. Решения по вопросам, предусмотренным пп. 11.2.3, 11.2.11, 11.2.14, 11.2.16, 11.2.17, 11.2.21, 11.2.22, принимаются Участниками (представителями Участников) единогласно. Решения по остальным вопросам принимаются Участниками (представителями Участников) большинством голосов от общего числа голосов Участников Общества.
- 11.4. Решение о совершении крупной сделки (п.11.2.19 Устава), связанной с приобретением, отчуждением или возможностью отчуждения Обществом прямо или косвенно имущества, стоимость которого составляет свыше 25% стоимости имущества Общества, об утверждении сделок по отчуждению любого имущества общества независимо от суммы сделки принимается большинством голосов от общего числа голосов Участников Общества. Решение о совершении сделки, в которой имеется заинтересованность Генерального директора либо Участников Общества, имеющего более 20% голосов от общего числа голосов Участников Общества (п.11.2.19 Устава), принимается Общим собранием Участников большинством голосов от общего числа голосов Участников Общества, не заинтересованных в ее совершении.
- 11.5. Собрание ведет Председатель Общего собрания Участников, выбранный из состава Участников Общества.

11.6. Решения Общего собрания Участников принимаются открытым голосованием.

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

11.8. Если не собран кворум (не менее 2/3 от общего числа голосов), то собрание распускается. Повторное собрание назначается не позднее чем через 30 дней.

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

11.9.1. Очередное Общее собрание Участников Общества, на котором утверждаются годовые результаты деятельности Общества, проводится не позднее чем через 3 месяца после окончания финансового года.

11.10. Директор Общества утверждает повестку дня и организует подготовку к проведению Общих собраний Участников Общества. Директор Общества обязан известить Участников о дате и месте проведения Общего собрания участников, повестке дня, обеспечить ознакомление Участников с документами и материалами, выносимыми на рассмотрение Общего собрания Участников и осуществить другие необходимые действия не позднее чем за 30 дней до даты проведения собрания. Общее собрание Участников вправе принимать решения по вопросам, не включенным в повестку дня, только в случае согласия 2/3 от присутствующих участников.

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

11.12. К информации и материалам, подлежащим предоставлению Участникам Общества при подготовке Общего собрания Участников, относятся: годовой отчет Общества, заключение Ревизионной комиссии (Ревизора) Общества и аудитора по результатам проверки годовых отчетов и годовых бухгалтерских балансов Общества; сведения о кандидатурах на должность директора, проект изменений и дополнений, вносимых в учредительные документы Общества или учредительные документы Общества в новой редакции; проекты внутренних документов Общества, а также иная информация (материалы), предусмотренная Уставом.

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

11.14. Внеочередные собрания созываются директором Общества, по требованию аудитора, а также Участников, обладающих в совокупности не менее чем 10% (десятью процентами) от общего числа голосов Участников Общества.

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

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

11.17. Решение директора Общества об отказе от созыва внеочередного Общего собрания Участников по требованию Участников или аудитора может быть обжаловано в суд.

11.18. В случае, если в течение 5 дней с даты предъявления требования аудитора или Участников, обладающих в совокупности не менее чем 10% от общего числа голосов Участников, не принято решение о созыве внеочередного Общего собрания Участников или принято решение об отказе от его созыва, внеочередное Общее собрание может быть созвано лицами, требующими его созыва. Все расходы по созыву и проведению внеочередного Общего собрания осуществляются за счет Общества.

11.19. Голосование на Общем собрании проводится, закрыто (тайно), если этого требуют Участники, обладающие не менее чем 10% голосов от общего числа голосов, которыми обладают присутствующие на собрании Участники (представители Участников). В остальных случаях все решения принимаются открытым голосованием.

11.20. Решение Общего собрания Участников может быть принято без проведения собрания (совместного присутствия Участников Общества для обсуждения вопросов повестки дня и принятия решений по вопросам, поставленным на голосование) путем заочного голосования (опрошенным путем).

Такое голосование может быть проведено путем обмена документами посредством почтовой, телеграфной, телетайпной, телефонной, электронной или иной связи, обеспечивающей аутентичность передаваемых и принимаемых сообщений и их документальное подтверждение.

11.21. Решение Общего собрания Участников по вопросу определения условий оплаты труда директора Общества, а также руководителей филиалов и представительств не может быть принято путем проведения заочного голосования.

11.22. Порядок проведения заочного голосования определяется Положением о проведении Общего собрания Участников.

11.23. Участник вправе обратиться в суд с заявлением о признании недействительным решения Общего собрания, принятого с нарушением действующего законодательства, Учредительного договора или настоящего Устава, если Участник не присутствовал на Общем собрании либо голосовал против принятого решения.

### **11.24 Единичный исполнительный орган - директор**

11.24.1. Единоличным исполнительным органом Общества является директор.

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

11.24.3. Срок полномочий директора 5(пять) лет. Директор может переизбираться неограниченное число раз.

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

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

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

11.24.7. Директор:

- без доверенности действует от имени Общества, в том числе представляет его интересы и совершает сделки;
- выдает доверенности на право представительства от имени Общества, в том числе доверенности с правом передоверия;
- издает приказы о назначении на должности работников Общества, об их переводе и увольнении, применяет меры поощрения и налагает дисциплинарные взыскания;
- рассматривает текущие и перспективные планы работ;
- обеспечивает выполнение планов деятельности Общества;
- утверждает правила, процедуры и другие внутренние документы Общества, за исключением документов, утверждение которых отнесено настоящим Уставом к компетенции Общего собрания участников Общества;
- определяет организационную структуру Общества;
- обеспечивает выполнение решений Общего собрания участников;
- подготавливает материалы, проекты и предложения по вопросам, выносимым на рассмотрение Общего собрания участников;
- распоряжается имуществом Общества в пределах, установленных Общим собранием участников, настоящим Уставом и действующим законодательством;
- подготавливает штатные расписания Общества, филиалов и представительств Общества и предоставляет для утверждения общему собранию участников общества;
- открывает расчетный, валютный и другие счета Общества в банковских учреждениях, заключает договоры и совершает иные сделки, выдает доверенности от имени Общества;
- утверждает договорные тарифы на услуги и продукцию Общества;
- организует бухгалтерский учет и отчетность;
- представляет на утверждение Общему собранию участников годовой отчет и баланс Общества;
- принимает решения по другим вопросам, связанным с текущей деятельностью Общества.

11.24.8. В качестве единоличного исполнительного органа Общества может выступать только физическое лицо, за исключением передачи полномочий по договору управляющему.

Директор избирается участниками общества на общем собрании, директором может быть избран участник (представитель участника - юридического лица) Общества либо любое другое лицо, обладающее, по мнению большинства участников Общества, необходимыми знаниями и опытом.

11.24.9. Контракт с директором от имени Общества подписывается лицом, председательствовавшим на Общем собрании участников Общества, на котором был избран директор, или одним из участников Общего собрания участников Общества, уполномоченным решением Общего собрания участников Общества.

11.24.10. Заместители директора назначаются Общим собранием участников в соответствии со штатным расписанием и возглавляют направления работы в соответствии с распределением обязанностей, утверждаемым обществом. Заместители директора действуют в пределах своей компетенции по доверенности от имени Общества.

При отсутствии директора, а также в иных случаях, когда не может исполнять своих обязанностей, его функции исполняет назначенный им заместитель.

### **12. ПЕРСОНАЛ.**

12.1. Отношения работников и Общества, возникшие на основе трудового договора, регулируются законодательством РФ о труде с учетом особенности деятельности Общества.

12.2. Директор на основе законодательства самостоятельно определяет условия приема и увольнения работников, формы, системы и размеры оплаты труда, а также другие доходы работников, распорядок рабочего дня, устанавливает порядок предоставления выходных дней и отпусков, а также продолжительность ежегодных оплачиваемых отпусков.

12.3. Общество обеспечивает гарантированный законом минимальный размер оплаты труда, условия труда и меры социальной защиты работников.

12.4. Сотрудники Общества подлежат обязательному социальному и медицинскому страхованию, а также социальному обеспечению наравне с рабочими и служащими государственных предприятий, для чего Общество вносит в соответствующий бюджет отчисления в установленном законом порядке.

### **13. КОНТРОЛЬ ЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОБЩЕСТВА.**

13.1. Для проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества Собрание Участников должно ежегодно на заседании, посвященном подведению баланса истекшего года, выбрать ревизионную комиссию (ревизора) или выбрать независимую аудиторскую организацию (аудитора), которая будет исполнять функции ревизионной комиссии. Ревизионная комиссия избирается сроком на один год и проводит плановую проверку не реже одного раза в год.

13.2. Ревизионная комиссия не является исполнительным органом Общества и состоит из трех человек. Директор не может быть одновременно членом ревизионной комиссии Общества.

13.3. Ревизоры проверяют отчетные документы за тот период, на который они назначены, и срок их работы истекает на том заседании Собрания Участников, на котором подводится баланс упомянутого отчетного периода. Член ревизионной комиссии при проведении проверки может использовать ассистента ревизора или ассистентов, а также другого вспомогательного персонала.

13.4. Расходы членов ревизионной комиссии, помощников ревизоров и другого вспомогательного персонала, а также расходы по их вознаграждению или по оплате услуг аудиторской организации, выполняющей функции ревизионной комиссии, несет Общество.

13.5. По требованию ревизионной комиссии (ревизора) директор, работники Общества обязаны предоставить необходимую документацию, давать необходимые пояснения в устной или письменной форме.

13.6. Ревизионная комиссия направляет результаты проверок только Собранию Участников.

13.7. Ревизионная комиссия обязана потребовать у председателя Собрания созыва внеочередного Собрания Участников, если возникла угроза существенным интересам Общества и (или) его Участникам, или выявлены злоупотребления должностных лиц Общества.

13.8. Для проверки и подтверждения правильности годовых отчетов и бухгалтерских балансов Общества, а также для проверки состояния текущих дел Общества оно вправе по решению Общего собрания Участников Общества или любого Участника Общества привлекать профессионального



аудитора, не связанного имущественными интересами с Обществом, директором и Участниками Общества. По требованию любого Участника Общества аудиторская проверка может быть проведена выбранным им профессиональным аудитором, который должен соответствовать требованиям статьи 48 Федерального закона. В случае проведения проверки оплата услуг аудитора осуществляется за счет Участника, по требованию которого она проводится. Расходы Участника Общества на оплату услуг аудитора могут быть возмещены по решению Общего собрания Участников Общества за счет средств Общества.

### **14. ПРИОБРЕТЕНИЕ ОБЩЕСТВОМ ДОЛИ В УСТАВНОМ КАПИТАЛЕ ОБЩЕСТВА.**

14.1. Общество не вправе приобретать доли или части долей в своем Уставном капитале, за исключением случаев, предусмотренных Федеральным законом.

14.2. В случае принятия общим собранием Участников Общества решения о совершении крупной сделки или об увеличении Уставного капитала Общества в соответствии с пунктом 1 статьи 19 Федерального закона Общество обязано приобрести по требованию Участника Общества, голосовавшего против принятия такого решения или не принимавшего участия в голосовании, долю в Уставном капитале Общества, принадлежащую этому Участнику. Данное требование может быть предъявлено Участником Общества в течение сорока пяти дней со дня, когда Участник Общества узнал или должен был узнать о принятом решении. В случае, если Участник Общества принимал участие в общем собрании Участников Общества, принявшем такое решение, подобное требование может быть предъявлено в течение сорока пяти дней со дня его принятия.

14.3. В случаях, предусмотренном подпунктом 14.2, настоящего пункта, в течение трех месяцев со дня возникновения соответствующей обязанности, оно обязано выплатить Участнику Общества действительную стоимость его доли в Уставном капитале Общества, определенную на основании данных бухгалтерской отчетности Общества за последний отчетный период, предшествующий дню обращения Участника Общества с соответствующим требованием, или с согласия Участника Общества выдать ему в натуре имущество такой же стоимости. Положения, устанавливающие иной срок исполнения указанной обязанности, могут быть предусмотрены Уставом Общества при его учреждении, при внесении изменений в Устав Общества по решению общего собрания Участников Общества, принятому всеми Участниками Общества единогласно. Исключение из Устава Общества указанных положений осуществляется по решению общего собрания Участников Общества, принятому двумя третями голосов от общего числа голосов Участников Общества.

14.4. Доля Участника Общества, исключенного из Общества, переходит к Обществу. При этом Общество обязано выплатить исключенному Участнику Общества действительную стоимость его доли, которая определяется по данным бухгалтерской отчетности Общества за последний отчетный период, предшествующий дате вступления в законную силу решения суда об исключении, или с согласия исключенного Участника Общества выдать ему в натуре имущество такой же стоимости.

14.5. В случае, если предусмотренное в соответствии с пунктами 8 и 9 статьи 21 Федерального закона согласие Участников Общества на переход доли или части доли не получено, доля или часть доли переходит к Обществу в день, следующий за датой истечения срока, установленного настоящим Федеральным законом или уставом Общества для получения такого согласия Участников Общества.

При этом Общество обязано выплатить наследникам умершего Участника Общества, правопреемникам реорганизованного юридического лица - Участника Общества или Участникам ликвидированного юридического лица - Участника Общества, советнику имущества ликвидированных учреждения, государственного или муниципального унитарного предприятия - Участника Общества или лицу, которое приобрело долю или часть доли в уставном капитале Общества на публичных торгах, действительную стоимость доли или части доли, определенную на основании данных бухгалтерской отчетности Общества за последний отчетный период, предшествующий дню смерти Участника Общества, дню завершения реорганизации или ликвидации юридического лица, дню приобретения доли или части доли на публичных торгах, либо с их согласия выдать им в натуре имущество такой же стоимости.

14.6. В случае выплаты Обществом в соответствии со статьей 25 Федерального закона действительной стоимости доли или части доли Участника Общества по требованию его кредиторов часть доли, действительная стоимость которой не была оплачена другими Участниками Общества, переходит к Обществу, а оставшая часть доли распределяется между Участниками Общества пропорционально внесенной ими плате.

**15. УЧЕТ И ОТЧЕТНОСТЬ ОБЩЕСТВА, ХРАНЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ ОБЩЕСТВА, ПОРЯДОК ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ УЧАСТНИКАМ ОБЩЕСТВА.**

15.1. Общество ведет бухгалтерский, оперативный и статистический учет в порядке, установленном законодательством РФ. Организация документооборота в Обществе, в его филиалах и представительствах устанавливается Общим собранием Участников Общества. Ответственность за состояние учета, своевременное представление бухгалтерской и иной отчетности возлагается на Главного бухгалтера Общества, компетенция которого определена действующим законодательством. Общество предоставляет государственным органам информацию, необходимую для налогообложения и ведения общегосударственной системы и обработки экономической информации. Финансовый год устанавливается с 01 января по 31 декабря включительно.

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

15.3. Общество обязано хранить следующие документы:

- договор об учреждении общества, за исключением случая учреждения общества одним лицом, решение об учреждении общества, устав общества, а также внесенные в устав общества и зарегистрированные в установленном порядке изменения;
- протокол (протоколы) собрания учредителей общества, содержащий решение о создании общества и об утверждении денежной оценки неденежных вкладов в уставный капитал общества, а также иные решения, связанные с созданием общества
- документ, подтверждающий государственную регистрацию Общества;
- документы, подтверждающие права Общества на имущество, находящееся на его балансе,
- внутренние документы Общества;
- положения о филиалах и представительствах Общества;
- документы, связанные с эмиссией облигаций и иных эмиссионных бумаг Общества;
- протоколы Общих собраний Участников Общества;
- списки аффилированных лиц Общества
- заключение ревизионной комиссии (ревизора) Общества, аудитора, государственных и муниципальных органов финансового контроля.

15.4. Общество хранит документы, указанные в п.15.3. настоящего Устава по месту нахождения его единоличного исполнительного органа управления.

15.5. По письменному требованию Участника Общества, ревизора, аудитора или любого заинтересованного лица, направленному по почтовому адресу Общества, Общество обязано в двухнедельный срок предоставить им возможность ознакомиться с Уставом Общества, в том числе с изменениями. Общество обязано по требованию Участника Общества предоставить ему копию Устава Общества. Плата Обществом за предоставление копий не может превышать затраты на их изготовление.

**16. ЛИКВИДАЦИЯ И РЕОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА.**

16.1. Реорганизация Общества (слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование) производится по решению Общего собрания его Участников. При реорганизации Общества вносятся соответствующие изменения в настоящий Устав.

16.2. Общество может быть ликвидировано добровольно в порядке, установленном и Гражданским кодексом РФ, законодательством РФ. Общество может быть ликвидировано также по решению суда по основаниям, предусмотренным Гражданским кодексом РФ. Ликвидация Общества влечет за собой его прекращение без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам.

16.3. Оставшееся после завершения расчетов с кредиторами имущество ликвидируемого Общества распределяется ликвидационной комиссией между Участниками Общества в следующей очередности:

- в первую очередь осуществляется выплата Участникам Общества распределенной, но не выплаченной части прибыли;

## Продолжение приложения 2

- во вторую очередь осуществляется распределение имущества ликвидируемого Общества между Участниками Общества пропорционально их долям в Уставном капитале Общества.

Реорганизация или ликвидация Общества производятся в порядке, предусмотренном ГК РФ и главой V ФЗ «Об Обществах с ограниченной ответственностью».

16.4. Общество считается прекратившим свою деятельность после внесения об этом записи в государственный реестр.

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

16.6. При отсутствии правопреемника, документы, имеющие научно-историческое значение передаются на государственное хранение в архивы. Документы по личному составу (приказы, личные дела, карточки учета, личные счета и т.п.) передаются на хранение в архив административного округа на территории которого находится Общество. Передача и упорядочение документов осуществляется силами и за счет средств Общества в соответствии с требованиями архивных органов.

Продолжение приложения 2

Пролито, пронумеровано, сгруппировано  
Листов

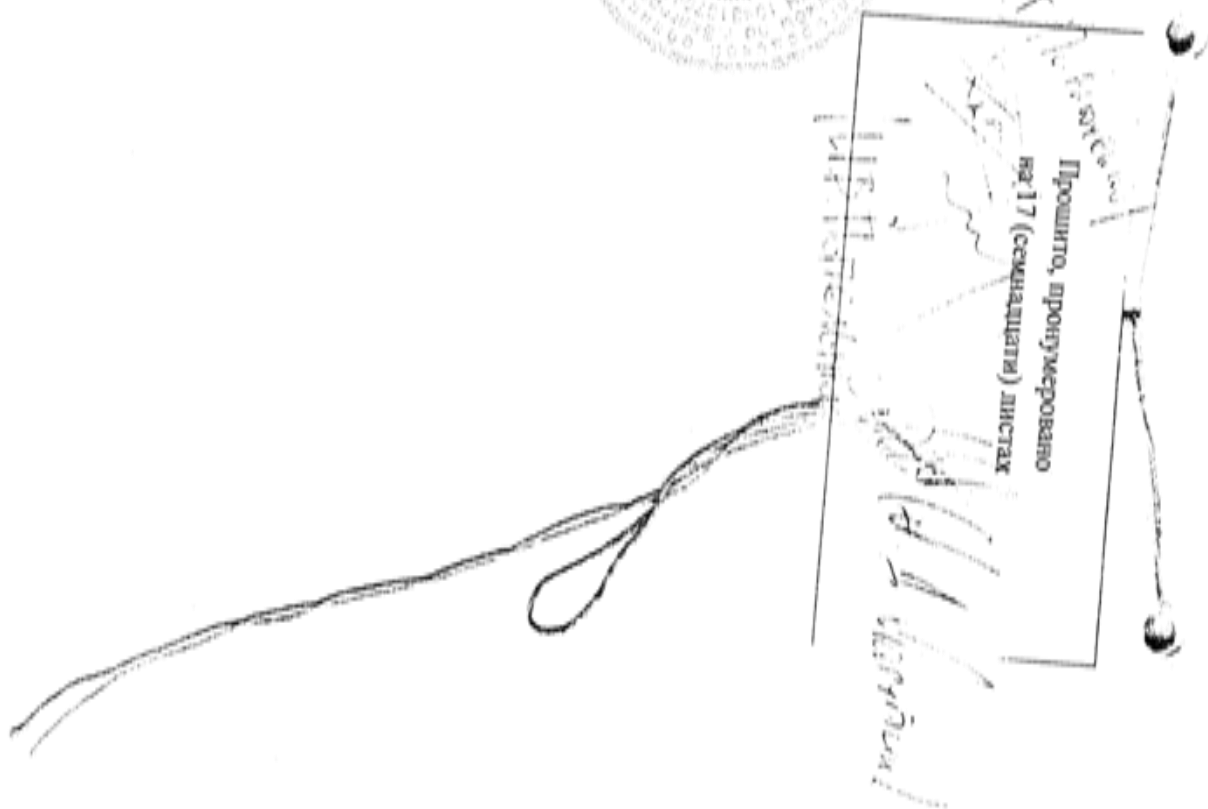
17 (семнадцать)

№ 93123018064



Пролито, пронумеровано  
на 17 (семнадцать) листах

М.П. [Signature]



## Приложение 3

Приложение №5  
к Приказу Министерства финансов  
Российской Федерации  
От 02.07.2010 № 66н  
(в ред. Приказа Минфина РФ  
От 17.08.2012 № 113н)

### Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2015 г.

Форма по ОКУД  
Дата (число, месяц, год)

Организация ООО «Доброхот» по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН

Вид экономической деятельности Предоставление туристических экскурсионных услуг по ОКВЭД

Организационно-правовая форма/форма собственности \_\_\_\_\_

**Общество с ограниченной ответственностью**  
**/ Частная собственность** по ОКОПФ/ОКФС

Единица измерения: тыс. руб. \_\_\_\_\_ по ОКЕИ

Местонахождение (адрес) 308027, Белгородская обл., г.Белгород, ул. Щорса, д.8, 32

Коды		
<b>0710001</b>		
<b>31</b>	<b>12</b>	<b>2016</b>
<b>62638291</b>		
<b>3123206840</b>		
<b>63.30.4</b>		
<b>65</b>		<b>16</b>
<b>384</b>		

Пояснения	Наименование показателя	На <u>31 декабря</u> <u>2015</u> г.	На 31 декабря <u>2014</u> г.	На 31 декабря <u>2013</u> г.
		<b>АКТИВ</b>		
	Материальные внеоборотные активы <sup>4</sup>	-	-	-
	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы <sup>5</sup>	-	-	-
	Запасы	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	223	293	99
	Финансовые и другие оборотные активы <sup>6</sup>	463	161	123-
	<b>БАЛАНС</b>	<b>686</b>	<b>454</b>	<b>222</b>
	<b>ПАССИВ</b>			
	Капитал и резервы	503	309	53
	Долгосрочные заемные средства	-	-	-
	Другие долгосрочные обязательства	-	-	-
	Краткосрочные заемные средства	-	52	26
	Кредиторская задолженность	183	93	143
	Другие краткосрочные обязательства	-	-	-
	<b>БАЛАНС</b>	<b>686</b>	<b>454</b>	<b>222</b>



Руководитель Попельнюк И.В.  
(расшифровка подписи)

“ 31 ” декабря 2016 г.

## Приложение 4

Приложение №5  
к Приказу Министерства финансов  
Российской Федерации  
От 02.07.2010 № 66н  
(в ред. Приказа Минфина РФ  
От 17.08.2012 № 113н)

### Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2016 г.

Форма по ОКУД  
Дата (число, месяц, год)

Организация ООО «Доброхот» по ОКПО  
Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН  
Вид экономической деятельности Предоставление туристических экскурсионных услуг по ОКВЭД  
Организационно-правовая форма/форма собственности \_\_\_\_\_  
**Общество с ограниченной ответственностью**  
**/ Частная собственность** по ОКОПФ/ОКФС  
Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ  
Местонахождение (адрес) 308027, Белгородская обл., г.Белгород, ул. Щорса, д.8, 32

Коды		
<b>0710001</b>		
<b>31</b>	<b>12</b>	<b>2017</b>
<b>62638291</b>		
<b>3123206840</b>		
<b>63.30.4</b>		
<b>65</b>		<b>16</b>
<b>384</b>		

Пояснения	Наименование показателя	На <u>31 декабря</u>	На 31 декабря	На 31 декабря
		<u>2016</u> г.	<u>2015</u> г.	<u>2014</u> г.
	<b>АКТИВ</b>			
	Материальные внеоборотные активы <sup>4</sup>	-	-	-
	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы <sup>5</sup>	-	-	-
	Запасы	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	296	223	293
	Финансовые и другие оборотные активы <sup>6</sup>	384	463	161
	<b>БАЛАНС</b>	<b>680</b>	<b>686</b>	<b>454</b>
	<b>ПАССИВ</b>			
	Капитал и резервы	515	503	309
	Долгосрочные заемные средства	-	-	-
	Другие долгосрочные обязательства	-	-	-
	Краткосрочные заемные средства	-	-	52
	Кредиторская задолженность	165	183	93
	Другие краткосрочные обязательства	-	-	-
	<b>БАЛАНС</b>	<b>680</b>	<b>686</b>	<b>454</b>



Руководитель Попельнюк И.В.  
(расшифровка подписи)

“ 31 “ декабря 2017 г.

## Приложение 5

Приложение №5  
к Приказу Министерства Финансов  
Российской Федерации  
От 02.07.2010 № 66н  
(в ред. Приказа Минфина РФ  
От 17.08.2012 № 113н)

### Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2017 г.

Форма по ОКУД  
Дата (число, месяц, год)

Организация ООО «Доброхот» по ОКПО  
Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН  
Вид экономической деятельности Предоставление туристических экскурсионных услуг по ОКВЭД  
Организационно-правовая форма/форма собственности \_\_\_\_\_  
**Общество с ограниченной ответственностью**  
**/ Частная собственность** по ОКОПФ/ОКФС  
Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ  
Местонахождение (адрес) **308027, Белгородская обл., г.Белгород, ул. Щорса, д.8, 32**

Коды		
<b>0710001</b>		
<b>31</b>	<b>12</b>	<b>2018</b>
<b>62638291</b>		
<b>3123206840</b>		
<b>63.30.4</b>		
<b>65</b>		<b>16</b>
<b>384</b>		

Пояснения	Наименование показателя	На <u>31 декабря</u> <u>2017</u> г.	На 31 декабря <u>2016</u> г.	На 31 декабря <u>2015</u> г.
		<b>АКТИВ</b>		
	Материальные внеоборотные активы <sup>4</sup>	-	-	-
	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы <sup>5</sup>	-	-	-
	Запасы	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	474	296	223
	Финансовые и другие оборотные активы <sup>6</sup>	506	384	463
	<b>БАЛАНС</b>	992	680	686
<b>ПАССИВ</b>				
	Капитал и резервы	516	515	503
	Долгосрочные заемные средства	-	-	-
	Другие долгосрочные обязательства	-	-	-
	Краткосрочные заемные средства	-	-	-
	Кредиторская задолженность	476	165	183
	Другие краткосрочные обязательства	-	-	-
	<b>БАЛАНС</b>	992	680	686



Руководитель Попельнюк И.В.  
(расшифровка подписи)

“ 31 “ декабря 2018 г.

Приложение 6

**Отчет о финансовых результатах**  
за 31 декабря 20 15 г.

Организация ООО «Доброхот» по ОКПО  
Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН  
Вид экономической деятельности Предоставление туристических экскурсионных услуг по ОКВЭД  
Организационно-правовая форма/форма собственности Общество с ограниченной ответственностью / Частная собственность по ОКОПФ/ОКФС  
Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ

Коды		
0710002		
31	12	2016
62638291		
3123206840		
63.30.4		
65		16
384		

Пояснения	Наименование показателя	За <u>31 декабря</u>	
		<u>20 15</u> г.	<u>20 14</u> г.
	Выручка	7 352	8 110
	Расходы по обычной деятельности	( 6 830 )	( 7 557 )
	Проценты к уплате	( - )	( - )
	Прочие доходы	-	-
	Прочие расходы	( 250 )	( 171 )
	Налоги на прибыль (доходы)	( 78 )	( 83 )
	Чистая прибыль (убыток)	194	299



Руководитель Попельнюк И.В.  
(расшифровка подписи)

“ 31 ” март 2016 г.



**Отчет о финансовых результатах**  
за 31 декабря 2016 г.

Организация ООО «Доброхот» по ОКПО \_\_\_\_\_  
 Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН \_\_\_\_\_  
 Вид экономической деятельности Предоставление туристических экскурсионных услуг по ОКВЭД \_\_\_\_\_  
 Организационно-правовая форма/форма собственности \_\_\_\_\_  
Общество с ограниченной ответственностью по ОКОПФ/ОКФС \_\_\_\_\_  
/ Частная собственность  
 Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ \_\_\_\_\_

Коды		
0710002		
31	12	2017
62638291		
3123206840		
63.30.4		
65		16
384		

Пояснения	Наименование показателя	За <u>31 декабря</u> <u>2016</u> г.	За <u>31 декабря</u> <u>2015</u> г.
	Выручка	9 394	7 352
	Расходы по обычной деятельности	( 8 632 )	( 6 830 )
	Проценты к уплате	( - )	( - )
	Прочие доходы	-	-
	Прочие расходы	( 636 )	( 250 )
	Налоги на прибыль (доходы)	( 114 )	( 78 )
	Чистая прибыль (убыток)	12	194



Руководитель Попельнюк И.В.  
(расшифровка подписи)

« 22 » марта 2017 г.

**Отчет о финансовых результатах**  
за 31 декабря 2017 г.

Организация ООО «Доброхот» по ОКПО  
 Дата (число, месяц, год) \_\_\_\_\_  
 Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ по ОКПО  
 Вид экономической деятельности Предоставление туристических экскурсионных услуг по ОКВЭД  
 Организационно-правовая форма/форма собственности \_\_\_\_\_  
**Общество с ограниченной ответственностью**  
**/ Частная собственность** по ОКОПФ/ОКФС  
 Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ

Коды		
0710002		
31	12	2018
62638291		
3123206840		
63.30.4		
65	16	
384		

Пояснения	Наименование показателя	За <u>31 декабря</u>	За <u>31 декабря</u>
		<u>2017</u> г.	<u>2016</u> г.
	Выручка	12 631	9 394
	Расходы по обычной деятельности	( 12 476 )	( 8 632 )
	Проценты к уплате	( - )	( - )
	Прочие доходы	-	-
	Прочие расходы	( - )	( 636 )
	Налоги на прибыль (доходы)	( 154 )	( 114 )
	Чистая прибыль (убыток)	1	12



Руководитель Попельнюк И.В.  
(расшифровка подписи)

21 марта 2018 г.

## Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Доброхот»

Наименование Показателя	Тыс. руб.			Абсолютное отклонение, тыс. руб.			Относительное отклонение, %		
	2017	2016	2015	2016/2015	2017/2016	2017/2015	2016/2015	2017/2016	2017/2015
АКТИВЫ									
Запасы	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Денежные средства	474	296	223	73	178	251	132,7	160,1	212,5
Финансовые и другие оборотные активы	506	384	463	-79	122	43	82,9	131,7	109,2
БАЛАНС	992	680	686	-6	312	306	99,1	145,8	144,6
ПАССИВ									
Капитал и резервы	516	515	503	12	1	13	102,3	100,2	102,5
Уставный капитал	12	12	12	0	0	0	100	100	100
Кредиторская задолженность	476	165	183	-18	311	293	90,1	288,4	260,1
БАЛАНС	992	680	686	-6	312	306	99,1	145,8	144,6

## Горизонтальный анализ финансовой отчетности ООО «Доброхот»

Наименование Показателя	2017	2016	2015	Абсолютное отклонение, тыс. руб.			Относительное отклонение, %		
				2016/2015	2017/2016	2017/2015	2016/2015	2017/2016	2017/2015
Выручка, тыс. руб.	12 632	9 394	7 352	2 042	3 238	5 280	127,7	134,4	168,1
Себестоимость продаж, тыс. руб.	-12 476	-8 632	-6 830	-1 802	-3 844	-5 646	126,3	144,5	182,6
Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	0	-636	-250	-386	636	250	254,4	-	-
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	-154	-114	-78	-36	-40	-76	146,1	135,1	197,4
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	1	12	194	-182	-11	-193	6,1	8,3	0,5

## Вертикальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Доброхот»

Наименование Показателя	2017 %.	2016 %	2015 %	Абсолютное отклонение, %			Относительное отклонение, %		
				2016/2015	2017/2016	2017/2015	2016/2015	2017/2016	2017/2015
АКТИВЫ									
Денежные средства	47,79	43,53	32,51	11,02	4,26	15,28	133,9	109,7	147,0
Финансовые и другие оборотные активы	51	56,47	67,49	-11,02	-5,47	-16,49	83,6	90,3	75,5
БАЛАНС	100	100	100	0	0	0	100	100	100
ПАССИВ									
Капитал и резервы	52,01	75,73	73,32	2,41	-23,72	-21,31	103,2	68,6	70,9
Уставный капитал	0,17	0,24	0,51	-0,27	-0,07	-0,34	47,01	71,62	33,67
Кредиторская задолженность	47,79	24,27	26,68	-2,41	23,52	21,11	90,9	196,9	179,1
БАЛАНС	100	100	100	0	0	0	100	100	100

## Вертикальный анализ финансового отчета ООО «Доброхот»

Наименование Показателя	2017 %	2016 %	2015 %	Абсолютное отклонение			Относительное отклонение, %		
				2016/2015	2017/2016	2017/2015	2016/2015	2017/2016	2017/2015
Выручка	100	100	100	0	0	0	100	100	100
Расходы	99,78	91,89	92,89	-1,01	7,89	6,89	98,92	108,59	107,42
Прочие расходы	-	6,77	3,40	3,37	-	-	199,11	-	-
Налоги на прибыль	1,22	1,21	1,06	0,15	0,01	0,16	114,15	100,82	115,09
Чистая прибыль	0,007	0,127	2,638	-2,511	-0,12	-2,631	4,814	5,511	0,265

Анализ относительных показателей характеризующих ликвидность, платежеспособность и структуру баланса ООО «Доброхот»

Наименование Показателя	2017	2016	2015	Абсолютное отклонение			Относительное отклонение, %		
				2016/2015	2017/2016	2017/2015	2016/2015	2017/2016	2017/2015
Общий показатель ликвидности	1,52	2,95	2,48	0,47	-1,43	0,96	118,95	51,52	61,29
Коэффициент текущей ликвидности	2,08	4,12	3,74	0,373	-2,036	-1,663	109,95	50,59	55,63
Коэффициент критической ликвидности	2,08	4,12	3,74	0,373	-2,036	-1,663	109,95	50,59	55,63
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,99	1,79	1,21	0,575	-0,798	-0,223	147,21	55,49	81,69
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами	0,52	0,75	0,73	0,024	-0,231	-0,207	103,27	69,48	71,76
Коэффициент срочной ликвидности	0,99	1,79	1,21	0,575	-0,798	-0,223	147,21	55,49	81,69

## Анализ финансовой устойчивости ООО «Доброхот»

Наименование Показателя	2017	2016	2015	Абсолютное отклонение			Относительное отклонение, %		
				2016/2015	2017/2016	2017/2015	2016/2015	2017/2016	2017/2015
Коэффициент финансирования	0,388	0,586	0,221	0,37	-0,20	0,17	265,61	66,19	175,81
Коэффициент автономии	0,28	0,37	0,181	0,19	-0,09	0,1	204,4	75,64	154,62
Коэффициент финансовой зависимости	0,72	0,63	0,819	-0,19	0,09	-0,1	76,96	114,28	87,95
Коэффициент финансовой устойчивости	0,72	0,37	0,181	0,19	0,35	0,54	204,4	194,94	398,46
Коэффициент постоянного актива	-1,897	-	-	-	-	-	-	-	-
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами	0,72	0,37	0,181	0,19	0,35	0,54	204,4	194,94	398,46
Коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами	4,341	1,586	0,192	1,39	2,75	4,15	828,29	273,65	2266,6