

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

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
БАННО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА
(НА ПРИМЕРЕ ООО «УЮТ»)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 43.03.01.62 Сервис
заочной формы обучения группы 05001383
Алифановой Татьяны Леонидовны

Научный руководитель
к.э.н., доц. Вишневская Е.В.

БЕЛГОРОД 2017

Содержание

Введение.....	3
1. Современное состояние и тенденции развития рекреационно-оздоровительной сферы.....	6
1.1. Понятие оздоровительных услуг, виды и особенности.....	6
1.2. Классификация и конструктивные особенности разных видов оздоровительных комплексов.....	14
1.3. Тенденции развития банно-оздоровительных комплексов.....	19
2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «УЮТ».....	29
2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	29
2.2. Анализ финансовой деятельности предприятия.....	35
2.3. Оценка рыночной деятельности предприятия.....	41
3. Разработка и экономическое обоснование мероприятий по совершенствованию деятельности ООО «УЮТ».....	51
3.1. Преимущества и особенности организации японской бани.....	51
3.2. Экономическое обоснование проекта.....	57
Заключение.....	63
Список использованных источников.....	66
Приложения.....	71

Введение

В настоящее время в стране, несмотря на отсутствие государственного регулирования и поддержки, быстрыми темпами развивается оздоровительная отрасль и индустрия товаров для здоровья. Основными структурными подразделениями оздоровительной отрасли являются клубы (центры) здоровья (фитнес, шейпинг, аэробика, каланетика, ци-гун, йога, SPA, велнес и др.), физкультурно-оздоровительные, спортивно-оздоровительные, рекреационно-оздоровительные, оздоровительные центры, туристские базы, курортные гостиницы, санатории, санатории-профилактории, пансионаты, дома отдыха, детские и молодежные оздоровительные лагеря, косметические центры и салоны, банные комплексы и др.

С ростом уровня доходов и повышением платежеспособности населения увеличивается спрос на различные виды услуг. В том числе, связанных с отдыхом и здоровьем. Одним из наиболее востребованных в настоящее время видов подобного сервиса является посещение саун и бань.

В настоящий момент в г. Губкин невысокая концентрация заведений типа бань, саун и банных комплексов, что открывает новые возможности и требует качественно нового подхода к предприятиям данного типа.

Рынок банных услуг также продолжает развиваться из года в год, меняется его структура, появляются новые участники рынка, вытесняются другие. Так, типовые общественные бани находятся под угрозой исчезновения по причине их убыточности и невостребованности, их заменяют различные сауны, частные бани и современные банно-оздоровительные комплексы, предлагающие многочисленные услуги оздоровительного характера.

Понятие оздоровительных водных процедур включает в себя воздействие воды на тело человека при использовании оздоровительных душей с высоким давлением струи, физиотерапевтической гидромассажной ванны, ванн без гидромассажа, устройства низкого давления –

гидромассажного бассейна-спа, плавательного бассейна, охлаждающего бассейна, обливания и т.д.

Также существует понятие оздоровительные тепловые процедуры – это прогрев тела в разогретом воздухе, с использованием пара, теплых поверхностей, горячей воды, активизирующий защитную функцию организма – повышение температуры, помогающее разрушить вторгшиеся болезнетворные микроорганизмы, лучшему удалению грязи и выведению из организма конечных продуктов обмена вместе с потом.

Баня во все времена считалась неотъемлемым атрибутом жизненного уклада человека. Банная процедура превозносит особый шарм и неоспоримое преимущество воздействия водных процедур на человеческий организм, служит эффективным средством профилактики и лечения многих заболеваний.

В последнее время особой привлекательностью пользуется японская баня. Обладая особой спецификой и омолаживающим влиянием на организм, японские технологии и здесь оказываются на порядок выше и эффективнее.

Анализ современных тенденций развития общественных банных комплексов позволяет говорить о том, что необходимо использовать несколько видов бани для роста привлекательности банного комплекса для местного населения и повышения эффективности работы предприятия.

Актуальность и недостаточная степень теоретической и практической разработанности проблем деятельности банно-оздоровительных комплексов предопределили выбор темы, цель и задачи научного исследования.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение деятельности банно-оздоровительных комплексов, анализ финансового состояния ООО «УЮТ» и разработка проекта организации японской бани для повышения эффективности деятельности предприятия.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить современное состояние и тенденции развития рекреационно-

оздоровительной сферы;

- рассмотреть особенности оздоровительных услуг;
- изучить классификацию и конструктивные особенности разных видов

оздоровительных комплексов;

- рассмотреть тенденции развития банно-оздоровительных комплексов,
- проанализировать финансово-хозяйственную деятельность

ООО «УЮТ»;

- разработать и сделать экономическое обоснование мероприятий по совершенствованию деятельности ООО «УЮТ».

В качестве объекта исследования выбран банно-оздоровительный комплекс ООО «УЮТ». Период исследования 3 года с 2015-2016 гг.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является предоставление банно-оздоровительных услуг.

Теоретическую и методическую базу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов по теории и практике предоставления услуг населению. Информационной базой исследования послужили законодательные и нормативные акты Российской Федерации по в сфере услуг, федеральные и региональные программы развития сферы услуг, официальные статистические материалы Госкомстата РФ. В работе были использованы публикации по проблематике исследования в монографиях и периодической печати.

Теоретическая основа выпускной квалификационной работы включила положения работ специалистов по организации деятельности предприятий сервиса Ю. И. Катаева, О. Балаевой, А. Кара. Так же использовались периодические издания по тематике исследования.

В процессе написания выпускной квалификационной работы использовались следующие методы – сбор первичной и вторично информации, сравнительный анализ, экономико-математические методы, анализ и оценка экономических показателей, сравнение и выявление их динамики.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы состоит в том, что данная работа содержит разработку проекта открытия японской бани в банно-оздоровительном комплексе и расчет его экономической эффективности.

1. Современное состояние и тенденции развития рекреационно-оздоровительной сферы

1.1. Понятие оздоровительных услуг, виды и особенности

Оздоровительный отдых – пребывание на курортах и других рекреационных местностях практически здоровых лиц, не нуждающихся в специальном медицинском уходе, врачебном наблюдении и лечении. Основными оздоровительными факторами служат физическая культура и спорт, ближний и дальний туризм, природные лечебные факторы, используемые для закаливания организма, а также культурно-массовые мероприятия [44, с. 23].

Обратимся к специфике оздоровительных услуг в контексте сервисной деятельности.

Понятие «сервисная деятельность» может быть рассмотрено в разных контекстах: социальном, культурном, экономическом, технологическом. Применительно к теме исследования сервисная деятельность может быть определена как активность людей, взаимодействующих в процессе производства, продвижения, реализации, предоставления и потребления оздоровительных услуг, удовлетворяющих потребности человека, социальной группы или общества в целом [47, с. 12].

В сервисной ситуации одна из сторон – потребители. Они ищут удовлетворения своих потребностей и оплачивают услуги. Они предъявляют специфические требования, привнося в процесс свои запросы и ценностные ориентации.

Потребитель – конечный пользователь услуги. Другая сторона взаимодействия – профессионально подготовленные производители, исполнители услуги, выполняющая на основе определенных (часто уникальных) технологий информационные, организационные и материальные операции.

Выделяют санаторно-оздоровительные услуги, к которым относятся:

- проживание, лечение и другое обслуживание в санаторно-курортных учреждениях (санаториях, профилакториях, пансионатах и т.п.);
- прочие санаторно-оздоровительные услуги, оказанные гражданам этими учреждениями [45, с. 56].

Понятие оздоровительных водных процедур включает в себя воздействие воды на тело человека при использовании оздоровительных душей с высоким давлением струи, физиотерапевтической гидромассажной ванны, ванн без гидромассажа, устройства низкого давления – гидромассажного бассейна-спа, плавательного бассейна, охлаждающего бассейна, обливания и т.д. [3]

Также существует понятие оздоровительные тепловые процедуры – это прогрев тела в разогретом воздухе, с использованием пара, теплых поверхностей, горячей воды, активизирующий защитную функцию организма – повышение температуры, помогающее разрушить вторгшиеся болезнетворные микроорганизмы, лучшему удалению грязи и выведению из организма конечных продуктов обмена вместе с потом [42, с. 98].

Сервисный продукт в оздоровительном сервисе носит сложный характер: это результат взаимодействия и сочетания действий разных субъектов деятельности, их труда, функционирования оборудования, материальных ресурсов, общей атмосферы. Основной процесс обслуживания тоже специфичен: услуга, как правило, оплачена заранее, поэтому здесь особенно важно качество [52, с. 44].

Качество определяется не столько соответствием стандартам или установленным требованиям, сколько согласованностью с запросами потребителей. Это не исключает, разумеется, необходимости соблюдения нормативно-правовых требований, но при их соблюдении потребитель воспринимает их как должное, вроде бы и не замечает их. Понимание качества в этом случае имеет, прежде всего, субъективную составляющую как наилучшая возможность удовлетворения потребности. Экономическая компонента присутствует в скрытом виде, если потребитель удовлетворен

соответствием цены и качества. Большое значение приобретают в этом случае условия обслуживания.

К числу факторов, влияющих на восприятие и оценку потребителями качества оздоровительных услуг, относятся:

- современное оборудование, техническое оснащение исполняемой услуги;
- профессионально-квалификационные характеристики и этичность персонала [20, с. 16];
- физико-технические и эстетические характеристики среды: свет, звук, свежий воздух, дизайн, комфортность;
- санитария и гигиена в основных и вспомогательных помещениях [38, с. 42].

Показателем качества является и безопасность услуги. Оздоровительные услуги могут создавать угрозу жизни и здоровью, поскольку напрямую связаны с воздействием на сознание и телесность человека. Любая возможность нанесения ущерба здоровью или самочувствию посетителей должна быть исключена. Здесь можно также выделить эксплуатационно-техническую, экологическую, информационную безопасность.

Особым образом организована здесь контактная зона: она может иметь разные масштабы и специальное оборудование, которым пользуется потребитель. Исполнитель услуги работает в непосредственной близости от посетителя, не допуская болезненных или неприятных ощущений. Поведенческие стереотипы персонала и соблюдение процедур имеют особое значение. Могут быть и варианты, когда контакты сведены к минимуму.

Создаются возможности и условия для самостоятельности посетителя, что не исключает дистанционного контроля и готовности прийти на помощь в случае необходимости. Разумно организованная сервисная среда гармонизирует отношения потребителя и сервисного работника, предоставляющего соответствующую услугу [4, с. 118].

Характеризуя контактную зону в этом случае, стоит обратить особое внимание на Reception (приёмная, регистратура, стойка дежурного администратора). Первое позитивное впечатление посетителя – лучшая реклама. Оформляя и проектируя приемную, принимаем во внимание, что здесь должен быть наглядно представлен ассортимент услуг, творческий персонал, топ-менеджмент оздоровительного комплекса.

Одной из характерных особенностей сервисной деятельности является форма обслуживания – способ предоставления услуг, состоящий из набора конкретных сервисных ситуаций и благ для потребителя. В сфере оздоровительных услуг традиционные формы обслуживания тоже приобретают своеобразный облик [41, с. 38].

Использование территорий для рекреационно-оздоровительной деятельности тесно связано с их природным потенциалом (оценка природных условий для организации отдыха, предотвращение опасности от стихийных процессов, оптимизация выбора туристских объектов с учетом сезонности).

При осуществлении рекреационной деятельности необходимо подготовка соответствующей материально-технической и культурно-оздоровительной баз (стационарное и подвижное жилье, транспорт, инфраструктура, специалисты по психолого-педагогической, спортивно-оздоровительной и культурно-досуговой деятельности), учет социальных потребностей общества, заключающихся в снижении заболеваемости, росте образовательного и культурного уровня населения, увеличении трудоспособного возраста, снижении эмоционального напряжения его физическом развитии. Можно отметить, что рекреационно-оздоровительная деятельность осуществляется с учетом особенностей определенной территории [45, с. 88].

Территориальная рекреационно-оздоровительная система – совокупность, состоящая из взаимосвязанных подсистем: природно-культурных комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала, органа управления и отдыхающих.

Подсистема «природные и культурные комплексы» является территориальным базисом формирования территориальной рекреационно-оздоровительной системы и выступает в качестве ресурсов и условий удовлетворения рекреационно-оздоровительных потребностей.

Подсистема «инженерные сооружения» обеспечивает обычную жизнедеятельность отдыхающих и обслуживающего персонала (услуги размещения, питания, транспорта) и специфические рекреационные запросы (услуги лечения, экскурсионное, культурно-досуговое, бытовое обслуживание). Весь комплекс рекреационных и обслуживающих предприятий неизбежно формирует рекреационную инфраструктуру, которая характеризуется с помощью показателей устойчивости, емкости, комфортности, эксплуатационной готовности, разнообразия, загруженности.

Функции подсистемы «обслуживающий персонал» направлены на обслуживание рекреантов, которые характеризуется численностью персонала специализированных предприятий, уровнем квалификации и профессионализма кадров, обслуживающих туристов [42, с. 64].

Орган управления обеспечивает оптимальные соотношения между всеми подсистемами, получая информацию о свойствах и емкости подсистемы, осуществляет информационное, законодательное, финансовое и материально-техническое обеспечение рекреационной деятельности.

Подсистема «отдыхающие» является центральной и определяющей требования к другим элементам территориальной и рекреационно-оздоровительной системы в зависимости от национальных, возрастных, социально-демографических, региональных особенностей рекреантов. Она характеризуется объемом и структурой рекреационных потребностей, избирательностью и географией рекреационного спроса, сезонностью и разнообразием.

Под хозяйственным потенциалом рекреационной деятельности понимаются основные фонды, с помощью которых осуществляются прямое производство, продажа и предоставление товаров и услуг рекреантам, а

также те дополнительные средства труда, которые прямо не участвуют в процессе, но служат улучшению условий рекреации.

Общими для рекреации свойствами природных комплексов являются оздоровительные свойства (то есть психофизиологическая комфортность), разнообразие (потенциальная информативность, экзотичность, уникальность, изменчивость) [46, с. 32].

Для экономического обоснования вложений в воспроизводство, охрану и улучшение использования рекреационных ресурсов необходима комплексная оценка природных рекреационных ресурсов, которая тесно связана с видом ресурса, его качеством, местоположением относительно районов спроса, технологией использования, экологическими качествами.

Развитие рекреационной деятельности в каждый исторический период всегда было связано с социально-экономической обстановкой в стране. Происшедшие в последние годы изменения в политике, экономике и социальной сфере сказались на современном состоянии и будущем развитии рекреационно-оздоровительной сферы в России. Это относится к потребностям и платежеспособному спросу населения, видам и формам ее организации и управления [43, с. 62].

Санаторно-курортный отдых все больше становится доступным для части населения. Для населения рекреация становится не столько средством воспроизводства физических и духовных сил, но и объектом престижного потребления дорогостоящих услуг. Для основной массы населения организованная рекреация в здравницах и туристских учреждениях становится все более доступной. Жители России стали отдыхать вблизи мест постоянного жительства [45, с. 12].

Ярко выражена тенденция сезонности отдыха, главным образом летнего. Изменились требования к качеству рекреационных услуг: не пользуются популярностью комплексное обслуживание по путевкам, включающее размещение в многоместных номерах, кем-то выбранные экскурсии, культурно-досуговые мероприятия и т. д.

Сильно вырос спрос на поездки россиян за рубеж. Поток же иностранных туристов в Россию сократился почти на половину из-за межнациональных конфликтов, экономической нестабильности, экологических проблем.

Резко сократилось число популярных приморских курортов для жителей России, т. к. значительная их часть оказалась на территории так называемого ближнего зарубежья и стала практически недоступной по политическим или экономическим причинам. Малодоступными стали и многие курортные и горно-спортивные центры Северного Кавказа, оказавшиеся по соседству с горячими точками. По этим же причинам уменьшилось число туристских экскурсионных поездок, а в Закавказье и Среднюю Азию они практически прекратились.

Хотелось бы также подчеркнуть, что в последнее время обострились проблемы использования рекреационного потенциала. Ощущается нехватка рекреационных водоемов, снижается устойчивость природных лесов, загрязняются и захламляются ландшафты, отторгаются рекреационные территории. Рекреационные зоны зачастую становятся местом острого конфликта между рекреационными и другими формами хозяйственного использования территорий.

Хотя очевидно, что развитие рекреационной зоны крупной агломерации немислимо без охраны природной среды, упорядочения территориальной организации всех видов хозяйственной деятельности. Необходим комплексный организационный подход к решению возникающих проблем, где на первый планы выступает увязка развития рекреации с основными направлениями развития агломерации.

Перспективы развития рекреационно-оздоровительной сферы будут зависеть от обстановки в России. В ближайшие годы, по-видимому, будут в целом сохраняться тенденции в изменении рекреационных потребностей и спроса в структуре рекреационных учреждений и территориальной организации рекреационно-оздоровительной деятельности.

Вложения государства и профсоюзов в сферу организации отдыха также будут сокращаться. Все это уменьшит численность отдыхающих и увеличит число людей, проводящих свободное время и отпуска дома.

Спрос на рекреационные услуги будет резко дифференцироваться: будет формироваться слой отдыхающих, представляющих сферу частного бизнеса и имеющих крупные доходы; и слой малоимущего населения – с минимальным спросом [16, с. 48].

Все в большей степени население будет стремиться отдыхать летом, хотя и не все отпускное время будет посвящаться рекреации.

Процесс сокращения и перепрофилирования рекреационно-оздоровительных учреждений будет продолжаться в связи с ростом цен на топливо, строительные материалы, продукты питания.

Получат распространение и новые рекреационные учреждения, такие как малые сельские гостиницы, туристские деревни и рекреационные центры для семейного отдыха [39, с. 112].

Говоря об особенностях производства и потребления оздоровительных услуг необходимо также иметь в виду, что эти процессы тесно связаны с потреблением материальных услуг (прокат, ремонт оборудования и т.п.) и использованием товаров (специальная одежда и обувь, инвентарь, оборудование, специальное питание и т.д.).

Названные материальные услуги и товары по отношению к оздоровительному сервису имеют дополнительный характер, однако, трудно себе представить потребление оздоровительных услуг в отрыве от них.

Другими словами, оздоровительные услуги, материальные услуги и товары потребляются в едином комплексе, в связи с чем рост спроса на спортивно-оздоровительные услуги неизбежно влечет за собой соответствующий рост спроса на материальные услуги и товары специального назначения.

Удовлетворение этого спроса – требование комплексности предоставляемых услуг. Предоставление основных, дополнительных и

сопутствующих услуг в рамках одного посещения оздоровительного комплекса или центра можно считать комплексной формой обслуживания, поскольку имеет место экономия времени посетителей.

Сегодня происходит интенсивный поиск инноваций в формах обслуживания на предприятиях оздоровительного сервиса [15, с. 44].

Гибкость условий предоставления услуг и другие варианты расширения пространственно-временной доступности услуг становятся повседневной практикой.

Распространение таких форм обслуживания говорит об осознании фактора времени, удобства, комфортности для потребителя менеджментом предприятий, генерирующих оздоровительные услуги.

Современные спортивные, физкультурные и оздоровительные организации активно стремятся к объединению и сотрудничеству с образованием, общественным питанием, культурой, шоу-бизнесом, индустрией развлечений и другими смежными отраслями, востребованными населением, и все больше превращаются в многофункциональные спортивно-рекреационно-оздоровительно-развлекательно-культурные центры.

1.2. Классификация и конструктивные особенности разных видов оздоровительных комплексов

В настоящее время в стране, несмотря на отсутствие государственного регулирования и поддержки, быстрыми темпами развивается оздоровительная отрасль и индустрия товаров для здоровья. Основными структурными подразделениями оздоровительной отрасли являются клубы (центры) здоровья (фитнес, шейпинг, аэробика, каланетика, ци-гун, йога, SPA, велнес и др.), физкультурно-оздоровительные, спортивно-оздоровительные, рекреационно-оздоровительные, оздоровительные центры, туристские базы, курортные гостиницы, санатории, санатории-профилактории, пансионаты, дома отдыха, детские и молодежные

оздоровительные лагеря, косметические центры и салоны, банные комплексы и др. Значительными темпами развивается также производство натурального здорового и спортивного питания, пищевых добавок, биологически активных добавок, одежды и обуви, приборов и оздоровительного оборудования.

Недостатками большинства существующих клубов здоровья является их низкий оздоровительно-технологический уровень, спортивно-физкультурная однобокость, отсутствие комплекса рекреационных и оздоровительных услуг, ориентация на контингент молодых людей и невозможность получения оздоровительных услуг детьми и пожилыми людьми, а также отсутствие организации семейной клубной работы [29, с. 53].

Современные спортивные, физкультурные и оздоровительные организации активно стремятся к объединению и сотрудничеству с образованием, общественным питанием, культурой, шоу-бизнесом, индустрией развлечений и другими смежными отраслями, востребованными населением, и все больше превращаются в многофункциональные спортивно-рекреационно-оздоровительно-развлекательно-культурные центры.

Современный многофункциональный оздоровительный комплекс включает следующие функциональные зоны и оборудование:

- зона тестирования и мониторинга здоровья (приборы и оборудование для тестирования физического, психического здоровья и разработки персональной программы качества жизни и здоровья);
- водная зона (спортивные, фитнес и рекреационные бассейны, гидроаэромассажные бассейны, купели, душевые кабины с гидромассажем, устройства контрастного облива, контрастная водная дорожка и др.);
- термальная зона (инфракрасная баня, греко-римская, русская, финская, японская баня, парная баня, корпоральная баня и др.);
- круглогодичный пляж (предназначен для нормализации энергетического баланса организма людей живущих на широте России и испытывающих дефицит солнечной энергии, особенно в зимне-весеннее

время);

- тренажерная зона (комплекс универсальных и специализированных тренажеров);

- релаксационная зона (галокамера, релаксационные кресла, стулья и др.);

- массажно-процедурная зона (массажные кресла, массажные столы, гидроаэромассажные и бальнеологические ванны, массажные дорожки и матрацы и др.);

- спортивно-игровая зона;

- ресторан натурального здорового и спортивного питания;

- косметический салон;

- магазин товаров для высокого качества жизни и здоровья;

- раздевалки и душевые;

- регистратура;

- природно-ландшафтная оздоровительная и спортивная зона.

Многофункциональные оздоровительные комплексы могут быть рассчитаны на 7-15 человек (малые), 15-100 (средние) и свыше 100 человек (крупные). Возможно также создание сверхкрупных комплексов на 500 и более человек.

В зависимости от функционального назначения, уровня специализации и преимущественного развития тех или иных рекреационных отраслей, – в национальной экономике выделяют различные типы территориально-рекреационных комплексов:

- санаторно-курортный (по функциональным особенностям предназначается для санаторно-курортного лечения и включает в себя специализированные санаторно-лечебные однопрофильные и многопрофильные учреждения);

- туристско-оздоровительный (предназначается для различных видов туризма и отдыха, основными предприятиями этого комплекса являются дома отдыха, туристские гостиницы, городки отдыха, базы, лагеря, мотели);

- санаторно-туристско-оздоровительный (по функциональному назначению служит как для санаторно-курортного лечения, так и для туристско-оздоровительного обслуживания, такие совмещенные комплексы включают в себя группы взаимосвязанных лечебно-оздоровительных и туристских учреждений);

- охотничье-рыболовный (по функциональному назначению служит для организации спортивной охоты и рыбной ловли, его основные учреждения – приюты рыбаков и «зимовки» охотников, лодочные станции);

- туристско-оздоровительно-охотничье-рыболовный (предназначается для различных видов туризма и отдыха, охоты и рыбалки, т.е. здесь культивируется вид рекреационной деятельности, соответствующей наименованию);

- всеобъемлющий (включает в себя все перечисленные виды рекреационной деятельности и соответствующих ей учреждений обслуживания).

Оздоровительный комплекс можно определить, как межотраслевое объединение различных организаций, специализирующихся на оказании санаторно-оздоровительных и рекреационных услуг, располагающихся в курортных местностях и использующих в своей деятельности их природно-оздоровительные ресурсы при сохранении своей видовой специализации. Таким образом, СКК включает в свой состав организации различных сфер деятельности (в том числе курортные учреждения медицинского профиля, организации индустрии гостеприимства), расположенные на курортах и предназначенные для размещения и обслуживания отдыхающих, прибывших на курорт с различными целями [33, с. 52].

В этом случае в состав СКК входят следующие компоненты.

1. Собственно санаторно-курортные организации. К санаторно-курортным организациям относят предприятия, учреждения, организации, различной формы собственности и ведомственной принадлежности, расположенные как на территории курортов, лечебно-оздоровительных

местностей, так и за их пределами, осуществляющие лечебную и оздоровительную деятельность с использованием природных лечебных факторов.

Санаторно-курортные учреждения (СКУ) являются лечебно-профилактическими учреждениями, предназначенными для оказания санаторно-курортной помощи – разновидности медицинской помощи, оказываемой населению медицинским персоналом с использованием природных лечебных факторов (климата, минеральных вод, грязей) в сочетании с искусственными физическими факторами, лечебной физкультурой, диетическим питанием и другими методами в условиях рационального режима лечения и отдыха. На практике для достижения единых подходов к управлению курортами к санаторно-курортным организациям относят помимо санаторно-курортных учреждений организации отдыха (пансионаты, дома отдыха, кемпинги, детские лагеря), а также курортные гостиницы и другие объекты размещения, предназначенные для приема рекреантов. Классификация организаций санаторно-оздоровительного комплекса представлена в таблице 1.1.

Таблица 1.1

Классификация организаций санаторно-курортного комплекса

критерий	подвид	примечание
По медицинскому профилю	- общего профиля - специализированные	Профиль определяется наличием природных лечебных факторов, материальной базой, кадровым составом. В СКО общего профиля нет отбора специализированных пациентов, специализированные СКО осуществляют лечение заболеваний в рамках специализации
По контингенту отдыхающих	- для взрослых - для родителей с детьми - детские - молодежные	Показателем отбора, направления и приема в данные организации является возраст или семейный состав
По расположению	-расположенные на курортах - местные	Часть санаториев расположена вне курортов вблизи местных

		природных лечебных ресурсов
По собственности	<ul style="list-style-type: none"> - государственные - частные - собственность общественных организаций - смешанной формы - иностранные 	
По типу	<ul style="list-style-type: none"> - санатории - пансионаты с лечением - санатории-профилактории - детские оздоровительные учреждения - пансионаты и дома отдыха - турбазы и базы отдыха - курортные гостиницы - водолечебницы - грязелечебницы - курортные поликлиники 	Тип учреждения определяется направлением его деятельности и закрепляется в статистической отчетности

Организации санаторно-оздоровительного комплекса в своей деятельности используют многообразные курортные ресурсы – совокупность природно-климатических факторов и искусственно созданных объектов, предназначенных для оздоровительных и рекреационных мероприятий, которые определяют возможность и перспективы развития в различных регионах курортных комплексов, необходимых для рекреации и укрепления здоровья населения. Основу ресурсного потенциала курортов составляют природные лечебные факторы, к которым относят климат, лечебные минеральные воды и газы, лечебную грязь, кумыс и пр. По этому признаку различают климатические, бальнеологические, грязевые курорты и курорты с особыми природными ресурсами. В большинстве случаев на курортах используется одновременно несколько групп природных факторов [37, с. 248].

Оздоровительная деятельность невозможна без обеспечивающей и сопутствующей инфраструктуры, к которой относят транспортное обслуживание, торговлю, предприятия массового питания, развлекательные и досуговые организации, учебные заведения, коммунальные предприятия и пр.

1.3. Тенденции развития банно-оздоровительных комплексов

Банно-оздоровительный комплекс – это один из самых популярных в нашей стране способов оздоровления и отдыха.

В советскую эпоху все бани были планово-убыточными предприятиями. Правда, тогда они в первую очередь выполняли социальную функцию – обслуживание населения по доступным для всех тарифам. Хотя надо отметить, что уже в восьмидесятые годы баня воспринималась отнюдь не как банальная помывка, а как особое удовольствие.

Число общественных бань сократилось по сравнению с 1992 годом наполовину, поход в парилку и вовсе остался уделом подлинных ценителей. Ситуация с банями в регионах, пожалуй, мало чем отличается от Москвы: достаточное количество небольших саун и весьма скромное число общественных бань, состояние которых далеко от совершенства [40, с. 35].

Например, в Калининграде на общественные бани приходится примерно 60% всех посещений, на городские сауны – 25%, на собственные бани (срубы) и сауны в частном секторе – 15%. При этом хорошей русской баней можно лишь назвать всего лишь один воднооздоровительный комплекс. Все остальные бани – муниципальные, и сервис там соответствующий.

В самом же водно-оздоровительном комплексе разборчивого клиента не устраивает плохой прогрев печи в бане, несоблюдение персоналом элементарных правил гигиены (к примеру, бассейн чистится один раз в неделю), отсутствие какого-либо дополнительного сервиса (солярия, тренажеров).

В Новосибирске несколько оздоровительных комплексов. Один из них - центр «Кропоткинский». Его русская баня – одна из самых известных и популярных в городе. Работает она круглосуточно. Помимо общего отделения, доступного для большинства горожан, центр располагает четырьмя номерами люкс. К бане примыкают тренажерный зал, студия

аэробики, салон красоты и собственный ресторан. По сути, это полноценный фитнес-центр. Естественно, общественные бани и частные сауны проигрывают в сравнении с подобным комплексом [27, с. 25].

В большинстве же регионов о подобных высококлассных объектах пока можно только мечтать. В областных центрах очагами цивилизации, как правило, остаются небольшие оздоровительные клубы с сауной при избранных гостиницах.

Когда человек посещает баню, его организм подвергается следующим физическим процессам:

1) увлажняющему (когда пациент вдыхает тёплый (но не горячий) водяной пар, от чего дыхательные пути насыщаются дополнительной жидкостью);

2) согревающему (что способствует повышению температуры поверхности кожи на два градуса) [50].

Благодаря обоим этим процессам повышается деятельность клеток организма, что не может не влиять на обменные процессы. Если говорить о турецкой и русской бане, то если к ней нет противопоказаний – у них высокий терапевтический уровень. Температура в бане варьируется на уровне 40 градусов. А если помимо этого учесть и высокую влажность, то в итоге получается отличный лечебный эффект. Особенно, если в составе пара есть различные целебные эфирные масла.

Классификация всех существующих типов бань по микроклимату, способу обогрева и парообразованию. Каждый народ по-своему решал гигиенические вопросы, создавая собственные бани или внося коррективы в уже существующие традиции.

Существуют разные виды бань. И главное отличие их не в названиях, интерьере или техническом исполнении. Самое важное – микроклимат, то есть соотношение температуры и влажности. От этого зависит, насколько приятным и комфортным будет пребывание в бане, какие ощущения получит потребитель.

Бани можно подразделить на несколько основных типов.

1. Паровая баня – турецкий хамам ($t=40-45^{\circ}\text{C}$, $f=90-100\%$). Турецкий хамам отличается мягким микроклиматом, который характеризуется невысокой температурой в сочетании с почти абсолютной влажностью. В хамаме отдыхают, проводят различные косметические процедуры: маски, массажи, пилинги.

2. Паровая сауна – русская баня ($t=45-70^{\circ}\text{C}$, $f=40-65\%$). В русской бане высокая влажность и средние температуры. При таком микроклимате пар конденсируется на коже, образуя тонкую пленку воды. По ощущениям это схоже с принятием душа из мелких нагретых капель. Теплопроводность воды значительно больше, чем обычного воздуха, поэтому организм в таких условиях прогревается сильнее, чем в суховоздушной сауне (при одинаковых температурах).

3. Суховоздушная сауна – финская сауна ($t=70-110^{\circ}\text{C}$, $f=8-20\%$). В суховоздушной сауне очень низкая влажность и практически нет пара. Поэтому, чтобы прогреть организм так же глубоко, как и в русской бане, приходится повышать температуру – она в финской сауне может достигать до экстремальных пределов.

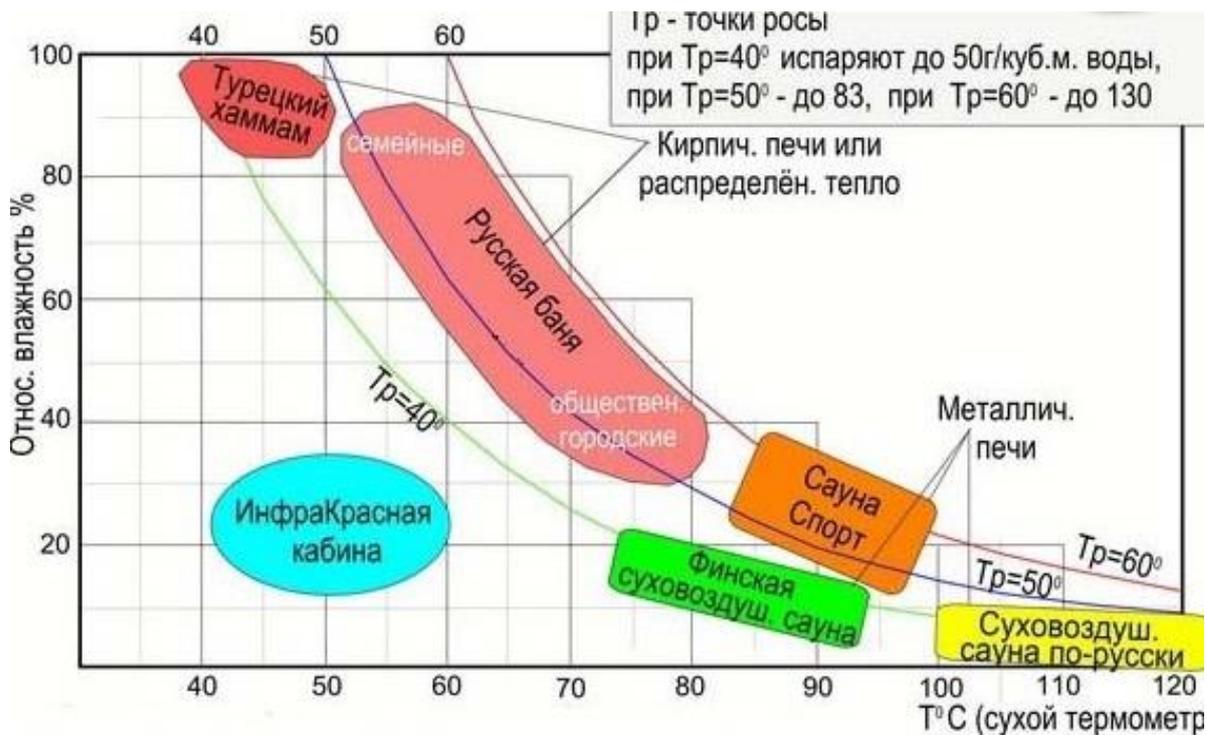


Рис. 1.1. Основные типы бань. Классификация по микроклимату

4. Влажная сауна – Сауна-Спорт ($t=75-95^{\circ}\text{C}$, $f=25-30\%$). Этот вид бань возник в результате трансформации суховоздушного режима финской сауны. Влажность здесь повышают искусственно, путем поливания водой раскаленных камней каменки. Спортивная сауна вредна для здоровья и опасна для жизни. Используется в спортивных состязаниях на выносливость.

5. Водяная баня – японская офуро ($t=40-60^{\circ}\text{C}$, $f=100\%$). Офуро – самый экзотический тип бань, представляющий собой обогреваемую бочку, наполненную горячей водой. По сути, это горячая ванна. Кожа человека под водой не дышит, но повышенная температура провоцирует довольно сильное потоотделение. Горячая вода вымывает из пор образовавшийся пот, жиры и шлаки [24, с. 48].

6. Переходные варианты между русской и финской банями ($t_{\text{ср}}=60^{\circ}\text{C}$, $f_{\text{ср}}=30\%$). К таким баням относятся греческие лаконикумы, римские термы, баня Маслова и др.

Бани также делятся по разнообразию в способах обогрева. Все существующие типы бань «работают» при повышенных температурах. При этом нагрев, для формирования специфического микроклимата бани, может осуществляться различными устройствами.

Паровая баня (хамам) обогревается трубами с нагретой водой, проложенными под стенами, полом, лежаками.

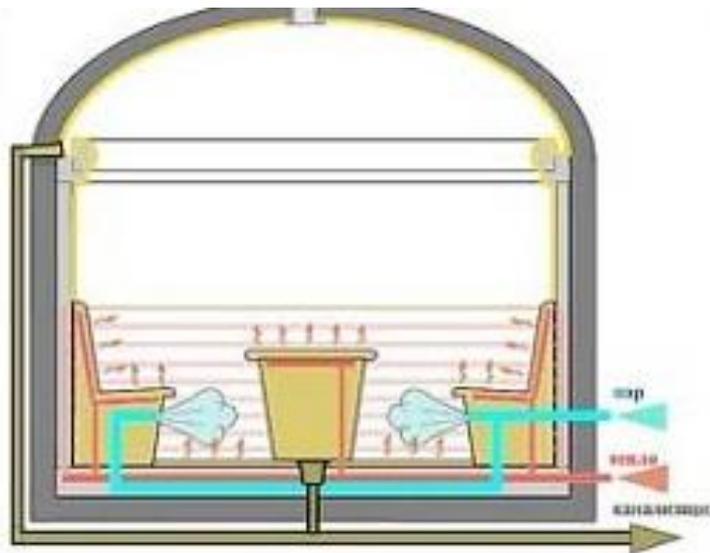


Рис. 1.2. Устройство турецкой бани – хамам

Получаемое распределенное тепло (РТ) быстро нагревает парную до необходимых температур. Большая площадь прогреваемых поверхностей позволяет получить в хамаме так называемый «легкий» пар. Недостатком РТ является дороговизна изготовления и трудоемкость монтажа [22].

Паровая сауна (русская баня) В идеале – кирпичная закрытая печь-каменка. Она долго разогревается и долго держит полученное тепло, благодаря теплоаккумулирующим свойствам кирпичных стенок и камням, которые помещаются непосредственно в печь.

Открытая каменка в русской бане не приветствуется. В паровой сауне допускается использование металлической печи в защитном кирпичном кожухе или каменной облицовке.

Чем толще будут стенки кожуха (облицовка), тем выше теплоаккумулирующие свойства.

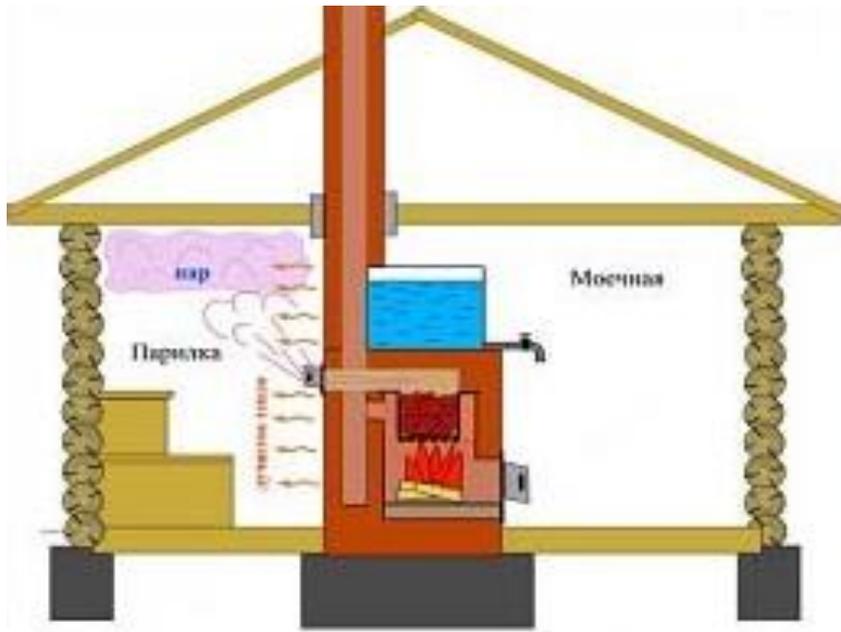


Рис. 1.3. Устройство русской бани

Финская сауна и Сауна-Спорт. Эти виды бани отличаются высокотемпературным режимом, который легко обеспечивается любой металлической печкой «для сауны».

Такая печь быстро раскаляется до нужных температур и, так как практически не держит тепло, быстро остывает. Теплоаккумулирующие свойства практически сведены на нет. Металлическая печь – самый дешевый вариант нагрева бани.

Водяная баня. Для подогрева воды используется дровяная металлическая печь, которая размещается непосредственно в бочке-офуро.



Рис. 1.4. Способы обогрева основных видов бань

Бани делятся по условиям влажности и пара.

Формирует микроклимат и делает русскую баню – паровой, а финскую сауну – суховоздушной, это влажность. При этом «нагнать» пар можно по-разному.

1. Паровая баня (хамам). Пар получают от парогенераторов или котлов с кипящей водой, которые встраивают за стенами. Другим источником пара становятся разогретые каменные (облицованные плиткой) лежаки, стены, пол. Все это поливается водой, которая превращается в мелкодисперсный, «легкий» пар.

2. Паровая сауна (русская баня). Пар исходит от кипящей воды котла, который устанавливают на печь. Повышение влажности также происходит путем подливания воды на камни внутри печи (400-500°C).

3. Финская сауна. Влажность очень маленькая, но может быть повышена при испарении порции воды, выплеснутой на камни каменки (200-250°C).

4. Сауна-Спорт. Экстремальный микроклимат в спортивной сауне создается на основе суховоздушного режима финской бани при повышении влажности. На открытые камни раскаленной печи каждые 30 сек. наливают 0,5л. воды – влажность резко повышается, вместе с этим повышается и температура. В такой «душегубке» люди нередко получают тяжелейшие ожоги кожи и внутренних органов.

5. Водяная баня. В водяной бане пар исходит от воды, нагретой в бочке-офуро. Классификация бань по микроклимату является, пожалуй, одной из наиболее информативных.

Начиная строительство бани, первым делом следует задуматься именно о микроклимате и решить, что вы хотите получить от бани – мягкий равномерный прогрев с распариванием тела или же сухой горячий жар. А то, как вы назовете свою баню, будет уже вторично.

В Древней Руси парилки в банях были отнюдь не такого миниатюрного размера, как это популярно сегодня. А все потому, что парилась одновременно вся большая семья.

Во многих современных банях на парильное отделение отводится совсем не много квадратных метров – для себя, да для гостя. Но, если учесть, что существуют определенные противопожарные и санитарные нормы, становится понятно, что нельзя так просто определяться с габаритами самого жаркого помещения в бане и ставить печь близко к полкам. Огромные банно-оздоровительные комплексы с бассейнами, бильярдной и тренажерными залами в Подмосковье радуют глаз и кажутся пределом мечтаний.

Рассмотрим, какие размеры парилки оптимальны для приятных банных процедур.

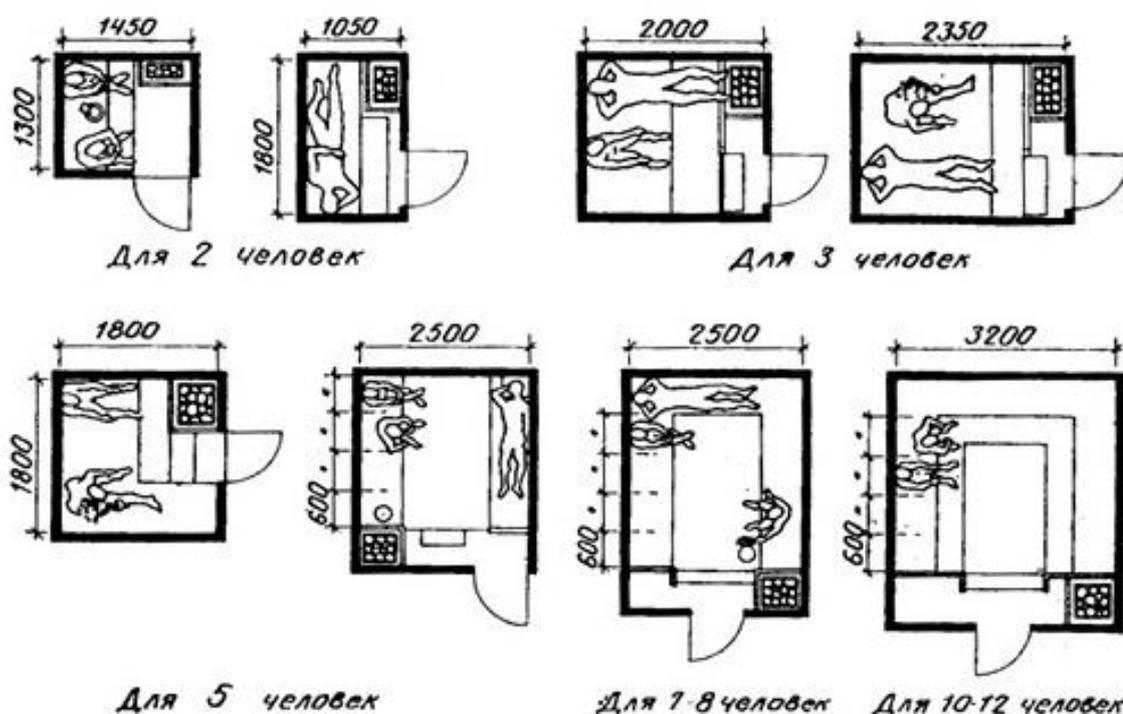


Рис. 1.5. Размеры парилки в бане

Ширина и длина парилки: все подводные камни Главная задача парилки – это достаточно высокая температура. Для сауны она может достигать 100°C , а для русской бани наиболее комфортна та, что ближе к температуре тела. Для этого необходим близкий лучистый прогрев от печи около $40\text{-}50^{\circ}\text{C}$ – именно тогда включается так называемый рефлекторный прогрев человека, что обеспечивает максимальный эффект.

Далее, тепло человеку в парилке передается не только от печи, но и от окружающего воздуха. В этом плане опасна близость расположения

металлических печей на твердом топливе – их лучистое тепло невелико, а вот воздух они могут нагреть чересчур сильно, что приведет к ожогам кожи. Вот почему с железной печью маленькую парилку строить нельзя ни в коем случае – это опасно для жизни, какова бы ни была высота полков в парилке и какой бы экран печь не закрывал.

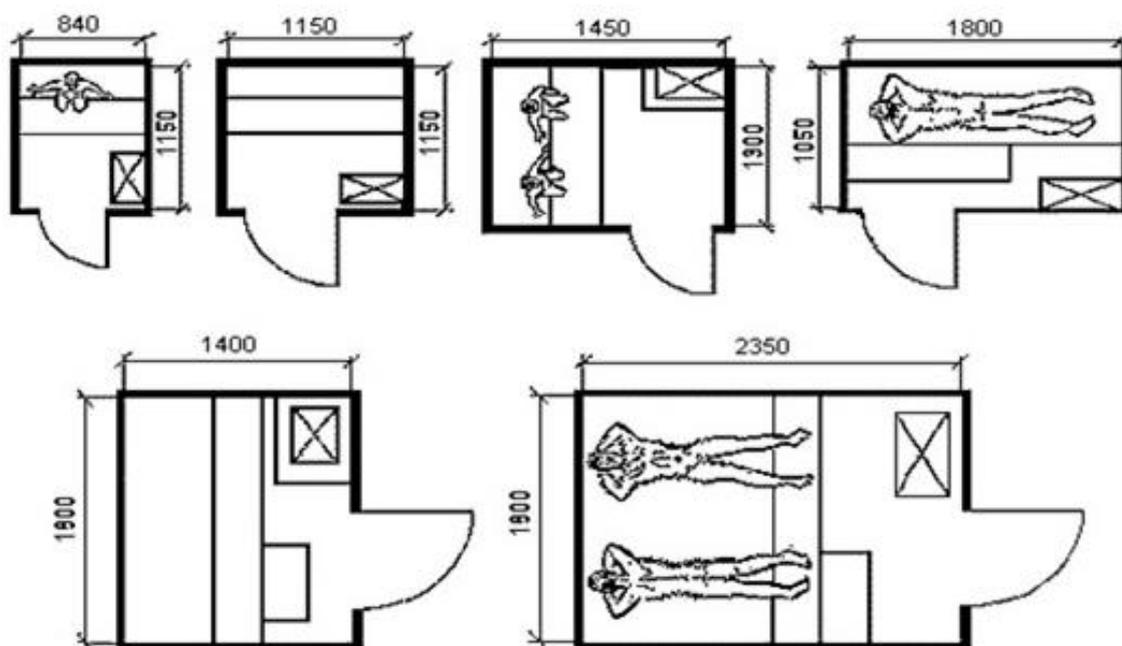


Рис. 1.6. Размеры парилки на 1-2 человек в бане

С электрической печью большие габариты парилки – затея бессмысленная. Ведь тогда затраты на электроэнергию не окупятся никаким комфортом. Поможет такой расчет: тепловое излучение в пространстве имеет свойство распространяться так, что его интенсивность всегда ослабевает обратно пропорционально величине, равной квадрату расстояния от источника излучения.

Это означает, что отдыхающие, которые будут находиться на расстоянии трех метров от печи, ровно в четыре раза меньше получают тепла, чем если бы они сидели всего в полутора метрах от источника.

В этом как раз и минус слишком больших размеров парилки – чтобы тепло дошло до человека в нужном количестве, придется либо попросту раскалять эту печь, либо перегревать воздух, причем оба этих варианта явно

вредны для здоровья.

С другой стороны, рассеивание тепла – тоже необходимый компонент банных процедур, и чем больше парилка, тем лучше происходит в ней этот процесс. Вот почему так необходим компромисс и вот почему парилка не должна быть слишком большой или слишком маленькой.

Конечно, чем больше высота потолка в парилке, тем больше в ней свежего воздуха и тем более комфортно себя чувствует человек. Но вот все-таки оптимальную высоту для такого помещения опытные строители называют 2,2-2,4 метра.

Все дело в том, если «приподнять» потолок парилки хотя бы еще на 10 см, то общий объем парной сразу увеличится на половину кубометра, и топлива, и времени на растопку придется тратить даже не в пропорциональном увеличении – а куда больше. Вот почему выше потолок делать не стоит, а вот ниже 2,1 метра – уже нельзя. А чтобы максимально оптимизировать внутреннее пространство парилки, нужно попросту минимизировать поверхность пола и увеличить площадь пологов.

Так, под полками пространство желательно и вовсе заглушить ради уменьшения прогреваемого объема, что позволит экономить топливо для печи и время прогрева парилки. А правильные размеры полков в парилке – это три полога, каждый из которых высотой около 35 см, причем верхний – самый широкий. Конечно, нельзя сказать, что и миниатюрная, и громоздкая парилка – нерациональны.

2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «УЮТ»

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия

Банно-гостиничный оздоровительный комплекс ООО «УЮТ» осуществляет свою деятельность с 2004 года. Организационно-правовая форма: Общество с Ограниченной Ответственностью.

Юридический адрес предприятия: 309170 Белгородская область, Губкинский район, с. Бобровы Дворы, ул. Белгородская, д. 12.

Телефон: (47241) 6-62-55, 8-915-566-54-50

Сайт: <http://www.banigubkin.ru> [49].

Банно-гостиничный оздоровительный комплекс «УЮТ» расположен в Губкинском районе (в 20 минутах езды от Губкина) в с. Бобровы Дворы. Комплекс «УЮТ» предлагает к услугам гостей русскую баню, финские сауны, инфракрасную сауну, бассейны, дубовые бочки на травах, травяные чаи с медом, массаж, а также 9 комфортабельных гостиничных номеров класса «Люкс».

В банно-гостиничной комплексе «УЮТ» обеспечено круглосуточное обслуживание посетителей. В любое время гости могут заказать свежий шашлык, травяной чай, кофе, соки и т.д. Для любителей отдыха на свежем воздухе на улице оборудованы площадки, где самим можно приготовить шашлык.

Виды предоставляемых услуг ООО «УЮТ»:

- пребывание в общем отделении;
- программы парения;
- мыльный массаж, различные варианты классического массажа, гидромассаж;
- СПА-процедуры «сухой зоны»;
- солярий;
- зал групповых занятий (обучение сотрудников, семинары, тренинги);
- кафе (напитки, легкие закуски, здоровое питание, кондитерская).

На втором этаже банно-гостиничного оздоровительного комплекса находится гостиница, в которой могут отдохнуть гости. В гостинице располагаются девять комфортабельных, по-домашнему уютных номеров. Каждый номер неповторим, выполнен в определенной цветовой гамме и разделен на две зоны: гостиную и спальную.

В номерах имеются спутниковое телевидение, музыкальные центры, холодильники. Во всех номерах установлены душевые кабины, а в номере с двумя спальными комнатами имеется итальянская ванна с гидромассажем.

Номера оборудованы внутренней телефонной связью с администратором-кассиром, у которого можно заказать соки, чай, минеральную воду, свежий шашлык.

К услугам гостей ООО «УЮТ» русская баня с двумя бассейнами – теплым и охлаждающим.

Старинная русская баня известна своим мягким густым паром. Русская баня благоприятно влияет на сердечно-сосудистую, дыхательную, терморегулирующую и эндокринную системы человека. Баня успокаивает нервы, возвращает человеку бодрость, повышает его умственные способности, способствует интенсивному выведению шлаков из организма, облегчает работу почек, улучшает водно-солевой баланс и белковый обмен.

Сауна – традиционная финская баня – известна практически во всем мире. Для финнов сауна понятие священное, это место где воцаряется покой, где нельзя ссориться и выяснять отношения. «В гневе рассеивается пар», – утверждают финны. А сухой пар – это именно то, что отличает сауну от русской бани. Одной из чудесных особенностей сауны является способность снимать усталость и улучшать настроение, снижать тревожность. Вследствие улучшения кровообращения в поврежденных тканях в сауне быстрее залечиваются травмы мышц, связок, суставов.

Регулярное посещение сауны позволяет нормализовать кровяное давление без использования лекарств, эффективно и без последствий сбросить лишний вес (300-400 г за один сеанс), избавиться от косметических,

возрастных или послеоперационных дефектов. В организме человека запускаются процессы омоложения и регенерации, повышается иммунитет и сопротивляемость к различным заболеваниям.

Травяные ванны в дубовых бочках – это купание в травяном настое, которое относится к банно-оздоровительным процедурам. Купание в бочках способствует согреванию тела и используется как оздоровительно и профилактическое средство. Купание в дубовой бочке оказывает выраженное влияние на ЦНС, способствует расширению сосудов кожи, учащению сердечных сокращений, снижению артериального давления, приводит к снижению мышечного тонуса, расслаблению гладкой мускулатуры желудка и кишечника. Настои в бочках подразделяются на различные виды: кожные, противовоспалительные, седативные, витаминные, ингаляционные, ароматические.

Посещение русской бани нельзя представить без банного веника, поэтому банно-гостиничный оздоровительный комплекс «УЮТ» предлагает своим посетителям такую услугу как продажа веников. Веники для парной подбираются самые разные, в зависимости от желаемого оздоровительного эффекта.

Также большой популярностью после банных процедур пользуется релаксирующий и расслабляющий массаж с эфирными маслами. Прекрасным тонизирующим средством после бани является травяной чай. Полностью натуральные, экологически чистые травы не вызывают аллергии и привыкания, не имеют побочных действий и эффективно помогут при простудных заболеваниях, кашле, бронхите, болезнях суставов, радикулите и остеохондрозе, при заболеваниях печек, печени и желчевыводящих путей, проблемах с кожей.

Имеется красиво оформленный банкетный зал на 100 человек, где можно организовать проведение различных мероприятий, возможно музыкальное оформление торжеств.

Общая численность штата работников на предприятии: 20 человек (рис.

2.1).

Для ООО «УЮТ» характерна линейно-функциональная структура управления, основанная на соблюдении единоначалия и линейного построения структурных подразделений, распределения функций управления между ними.

Организационная структура предприятия характеризуется тем, что всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий коллектив. Ему при разработке конкретных вопросов и подготовке решений помогает специальный аппарат, состоящий из функциональных подразделений.

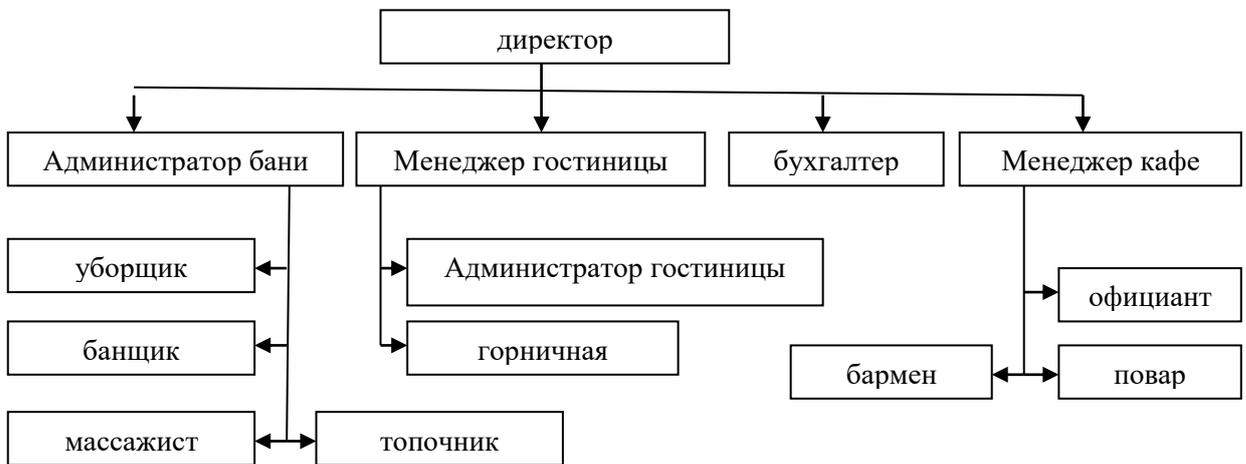


Рис. 2.1. Организационная структура предприятия

На предприятии разработаны должностные обязанности для каждого специалиста ООО «УЮТ».

Директор: руководство и управление; маркетинг; представительские функции; взаимодействие с партнерами, а также вопросы, связанными с организацией деятельности предприятия, ее материально-техническим и информационным обеспечением обеспечивают ежедневное функционирование офиса; все остальные необходимые моменты организации обслуживания клиентов.

Менеджер гостиницы: работа с клиентами; оформление договоров с клиентами; информирование клиентов о возможностях размещения, скидках

и т.д.

Бухгалтер совмещает функции бухгалтера и экономиста, осуществляя все финансовые расчеты, планируя экономические показатели деятельности предприятия, отвечая за ее финансовую отчетность.

Основным источником покрытия прибыли и затрат ООО «УЮТ» является выручка от реализации основных услуг, дополнительной продукции и доходы, не связанные с реализацией.

Прибыль предприятия сферы услуг – важный показатель эффективности его деятельности. Понятие прибыли различаются в зависимости от стадии ее формирования. Балансовая прибыль отчетного периода представляет собой алгебраическую сумму:

- 1) результата от реализации продукции (работ, услуг);
- 2) сальдо по операционным доходам и расходам;
- 3) сальдо внереализационных доходов и расходов.

Прибыль от реализации по основной деятельности в ООО «УЮТ» определяется как разность между выручкой от реализации без НДС и себестоимостью продукции (работ, услуг).

Основные экономические показатели работы ООО «УЮТ» за 2014 – 2016 гг. позволяют проследить тенденцию изменения экономической активности предприятия (табл. 2.1). Анализ финансовой деятельности ООО «УЮТ» проводится на основе данных бухгалтерской отчетности.

Приведённые в таблице технико-экономические показатели деятельности ООО «УЮТ» за 2014 – 2016 гг., позволяют сделать вывод о том, что за рассматриваемый период на предприятии значения многих показателей улучшились.

Показатель доход-выручка от реализации в 2014 г. составил 15 669 тыс. руб., в 2015 г. – 16 234 тыс. руб., а в 2016 г. – 16 780 тыс. руб. Таким образом, в 2015 г., доход-выручка от реализации увеличилась на 565 тыс. руб., а в 2016 г., увеличилась на 546 тыс. руб. Рост составил 7,09% с 2014 года по 2016 год.

Фактическая себестоимость в 2014 г. составляла 12 421 тыс. руб., в

2015 г. – 13 011 тыс. руб., а в 2016 г. – 13 210 тыс. руб. Рост себестоимости составил 6,35%, что меньше роста выручки на предприятии и является положительной тенденцией.

Таблица 2.1

Динамика основных экономических показателей
ООО «УЮТ» за 2014 – 2016 гг., тыс. руб.

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение		
	2014	2015	2016	2015/ 2014	2016/ 2015	2016/ 2014
Выручка от реализации работ, услуг	15669	16234	16780	565	546	1111
Себестоимость работ, услуг	12421	13011	13210	590	199	789
Валовая прибыль	3248	3223	3570	-25	347	322
Прибыль от реализации	3066	3045	3367	-21	322	301
Чистая прибыль	2336	2326	2580	-10	254	244
Оборотные средства	1351	1408	1837	57	429	486
Внеоборотные активы	2468	2585	2751	117	166	283
Среднегодовая стоимость основных средств	2 267	2304,5	2443	37,5	138,5	176
Дебиторская задолженность	28	20	32	-8	12	4
Кредиторская задолженность	149	143	133	-6	-10	-16
Денежные средства	1098	1123	1546	25	423	448
Фондоотдача, руб. / руб.	6,91	6,93	6,87	0,02	-0,06	-0,04
Фондоёмкость, руб. / руб.	0,14	0,14	0,15	0,00	0,01	0,01

Валовая прибыль предприятия в 2014 г. составила 3 248 тыс. руб., в 2015 г. она уменьшилась на 25 тыс. руб. составив 3 223 тыс. руб., что связано с более быстрым ростом себестоимости услуг по отношению к росту выручки (4,4% рост себестоимости в 2015 году, 3,6% рост выручки), в 2016 г. возросла на 347 тыс. руб. и составила соответственно 3 570 тыс. руб.

Чистая прибыль предприятия в 2014 г. составила 2 336 тыс. руб., в 2015 г. она уменьшилась на 10 тыс. руб. или на 1,5% и составила 2 326 тыс. руб., а в 2016 г. увеличилась на 254 тыс. руб. и составила 2 580 тыс. руб. Общий рост прибыли за анализируемый период составил 10,45%.

2.2. Анализ финансовой деятельности предприятия

Проанализируем показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «УЮТ» за период 2014-2016 гг.

За анализируемый период происходит уменьшение кредиторской задолженности. Дебиторская задолженность в 2014 г. составляла 28 тыс. руб., а в 2015 г. – 20 тыс. руб., в 2016 г. – 32 тыс. руб., при этом кредиторская задолженность в 2014 г. составляла – 151 тыс. руб., а в 2015 г. – 143 тыс. руб., в 2016 г. – 134 тыс. руб.

Анализ активов и пассивов. Вертикальный анализ структуры активов и пассивов ООО «УЮТ» показывает, что оборотные средства увеличились на 0,3% при одновременном уменьшении внеоборотных активов, что говорит о том, что в ООО «УЮТ» имеется тенденция к ускорению оборачиваемости всего имущества, и как следствие происходит высвобождение денежных средств и краткосрочных финансовых вложений, которые увеличились на 3,9%. Это положительно сказывается на деятельности ООО «УЮТ».

Таблица 2.2

Анализ структуры активов ООО «УЮТ» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014 год		2015 год		2016 год		Темп роста, %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
1. Внеоборотные активы	2468	64,62%	2585	64,74%	2751	60,07%	92,95%
1.1. Основные средства	2267	59,36%	2342	58,65%	2443	53,34%	89,86%
2. Оборотные активы	1351	35,38%	1408	35,26%	1829	39,93%	112,89%
2.1. Запасы	189,7	4,97%	231,2	5,79%	232,4	5,07%	102,15%
2.2. НДС	7	0,18%	7	0,18%	8	0,17%	95,30%
2.3. Дебиторская задолженность.	28	0,73%	20	0,50%	32	0,70%	95,30%
2.4. Денежные средства	1098	28,75%	1123	28,12%	1546	33,76%	117,41%
Итого активов	3819	100	3993	100	4580	100	119,93%

Анализируя структуру актива и пассива предприятия за 2014 – 2016 гг., можно сказать, что большую часть актива составляют основные средства

59,36% в 2014 г. и в 2016 г. – 53,34%. В 2016 г. доля основных средств уменьшилась на 6%, что свидетельствует о менее активном развитии предприятия (табл. 2.2).

Важным для финансового положения предприятия является доля дебиторской задолженности, удельный вес которой в общем объеме активов в 2016 г. уменьшился и составил 0,03%. Это говорит о том, что руководство ООО «УЮТ» не теряет средства от обесценивания в результате инфляции.

Далее оценим пассив баланса (табл. 2.3). Из данных таблицы видно, что капитал ООО «УЮТ» за исследуемый период при увеличении в абсолютных единицах, увеличилась его доля до 94,98%, соответственно наблюдается его рост и в структуре пассивов.

Таблица 2.3

Анализ структуры пассивов ООО «УЮТ» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014 год		2015 год		2016 год		Темп роста, %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Капитал и резервы	3547	92,88%	3731	93,44%	4350	94,98%	102,26%
Уставной капитал	100	2,62%	100	2,50%	100	2,18%	83,38%
Добавочный капитал	3447	90,26%	3631	90,93%	4250	92,79%	102,81%
Долгосрочные обязательства	123	3,22%	120	3,01%	97	2,12%	65,76%
Краткосрочные обязательства	151	3,95%	143	3,58%	134	2,93%	74,00%
Итого источников средств	3819	100	3993	100	4580	100	119,93%

Пассивная часть баланса характеризуется значительным преобладанием удельного веса добавочного капитала 92,79% в 2016 году. Доля краткосрочных займов и кредитов в составе его обязательств уменьшилась до 2,93% в 2016 г.

На конец года текущая ликвидность ООО «УЮТ» положительна. Так как третье неравенство не соответствует условию абсолютной ликвидности баланса, то даже при погашении предприятием краткосрочной задолженности, предприятие не сможет погасить свои краткосрочные

обязательства и ликвидность не будет положительной.

Текущая ликвидность свидетельствует о платежеспособности (положительное значение) ООО «УЮТ» на ближайший к рассматриваемому моменту промежуток времени (табл. 2.4).

Могут возникнуть сложности с погашением краткосрочных обязательств, поскольку сумма краткосрочных займов и кредитов значительно превышает сумму необходимых для их выплат быстро реализуемых активов.

Таблица 2.4

Анализ платежеспособности ООО «УЮТ»

Показатель	Годы			Темп роста, %		
	2014	2015	2016	2015 / 2014	2016 / 2015	2016 / 2014
Коэффициент текущей ликвидности	9,07	9,85	13,81	108,59	140,28	152,33
Коэффициент быстрой ликвидности	7,80	8,23	12,07	105,54	146,62	154,74
Коэффициент абсолютной ликвидности	7,37	7,85	11,62	106,57	148,02	157,74
Величина собственных оборотных средств (тыс. руб.)	1351,0	1408,0	1837,0	104,22	130,47	135,97
Коэффициент маневренности собственных оборотных средств	0,30	0,31	0,37	100,97	119,67	120,84
Доля собственных средств в общем объеме текущих активов	0,35	0,35	0,40	99,68	113,55	113,18
Доля собственных оборотных средств в покрытии запасов	7,24	0,81	0,87	11,24	106,94	12,02
Коэффициент покрытия запасов	7,80	8,23	12,07	105,54	146,62	154,74

Что касается перспективной ликвидности, то у ООО «УЮТ» она положительная, постоянные пассивы превышают необоротные активы предприятия. Это позволит расплатиться по долгосрочным обязательствам целиком.

Анализ платежеспособности. Значение коэффициента текущей ликвидности баланса увеличивается на 4,74 или 52,33%. Это является положительной тенденцией. Общая платежеспособность ООО «УЮТ» увеличивается, она становится более надежным партнером, сокращается риск хозяйственных и кредитных взаимоотношений с ООО «УЮТ».

Значение коэффициента абсолютной ликвидности показывает

достаточно высокую платежеспособность предприятия, так как предельное минимальное значение данного показателя должно составлять примерно от 0,2 до 0,7. На конец отчетного периода значение показателя увеличилось на 11,51 (см. табл. 4).

Отметим, что ООО «УЮТ» имеет высокую вероятность оплаты счетов, поставок и возврата кредитных ресурсов, уменьшается риск кредитования. Коэффициент критической оценки показывает ту часть краткосрочных обязательств, которую предприятие может погасить за счет имеющихся у нее денежных средств и дебиторской задолженности. Данный коэффициент должен быть больше или равен единице. Значение данного показателя в ООО «УЮТ» составили в 2014 г. 2,1, а в 2016 году – 1,1.

Таким образом, ООО «УЮТ», после того как к нему обратятся кредиторы, сможет погасить свою задолженность денежными средствами и дебиторской задолженностью. Такие высокие коэффициенты объясняются тем, что за анализируемый период данное предприятие имеет достаточно денежных средств и имеет дебиторскую задолженность. Однако тенденция отрицательная и увеличивается вероятность не погашения краткосрочных обязательств.

Коэффициент текущей ликвидности показывает во сколько раз оборотные активы превышают краткосрочные обязательства. Он должен быть больше или равен единице. На предприятии данный показатель составил в 2014 году 9,07, а в 2016 году – 13,81.

В исследуемом предприятии данный показатель больше единицы, то есть для погашения краткосрочных обязательств предприятия имеет собственные оборотные средства. Однако, погасив все текущие обязательства и мобилизовав все оборотные средства турфирма будет испытывать значительный недостаток оборотных средств для текущей деятельности.

Значение коэффициента отвлеченности функционирующего капитала на начало периода составило 0,015, на конец периода – 0,002. Тенденция

отрицательная, снижается оборачиваемость капитала и деловая активность предприятия, так как на конец анализируемого периода меньшая доля функционирующего капитала вложена в производственные запасы и отвлекается в дебиторскую задолженность.

Значение доли оборотных средств в активах на начало периода составило 0,32, на конец периода – 0,33. Увеличивается доля оборотных средств в активах ООО «УЮТ».

В условиях роста продаж продукции и услуг это является положительной тенденцией, свидетельствующей об увеличении деловой активности. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами в 2016 году составил 0,87. То есть все оборотные средства предприятия сформированы за счет собственных средств на 87%.

Анализ рыночной устойчивости. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств уменьшился с 0,07 в 2014 году до 0,06 в 2016 году. Это показывает, что финансовая устойчивость ООО «УЮТ» увеличивается (табл. 2.5).

Таблица 2.5

Анализ относительных показателей финансовой устойчивости

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2014	2015	2016	2015 / 2014	2016 / 2015	2016 / 2014	2015 / 2014	2016 / 2015	2016 / 2014
Коэффициент концентрации собственного капитала	0,93	0,93	0,95	0,01	0,01	0,02	100,60	101,47	102,08
Коэффициент концентрации привлеченного капитала	0,07	0,07	0,05	-0,01	-0,02	-0,02	92,48	76,11	70,39
Коэффициент финансовой устойчивости	0,96	0,96	0,97	0,00	0,00	0,01	100,36	100,50	100,86
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,30	0,31	0,37	0,00	0,06	0,06	100,97	119,67	120,84
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	0,08	0,07	0,05	-0,01	-0,02	-0,02	91,92	75,01	68,95

Коэффициент финансирования	0,93	0,93	0,95	0,01	0,02	0,02	100,58	101,67	102,26
----------------------------	------	------	------	------	------	------	--------	--------	--------

Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования в 2016 г. уменьшился на 0,19, таким образом, обеспеченность предприятия собственными источниками финансирования уменьшилась по сравнению с 2014 г.

Коэффициент финансовой независимости (коэффициент концентрации собственного капитала) показывает, что ООО «УЮТ» финансово независима, так как 95% стоимости активов сформировано за счет собственных средств. Финансовая устойчивость ООО «УЮТ» снижается, об этом свидетельствует уменьшение величины собственных средств, нет запаса финансовой прочности. Коэффициент маневренности собственных средств показывает, что 29% собственных средств капитализировано, то есть вложено в наименее активные активы. Снижается мобильность собственных средств.

В ООО «УЮТ» увеличиваются инвестиционные программы за счет долгосрочных заемных средств, так как коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств увеличился в 2016 году.

Коэффициент устойчивого финансирования показывает, что источников в форме капитала в резервах долгосрочных пассивах пока достаточно для финансирования активов, но тенденция отрицательная.

Коэффициент концентрации привлеченного капитала находится в допустимых пределах ($\leq 0,4$). Коэффициент структуры финансирования основных средств и прочих вложений в 2016 г. увеличивается, что свидетельствует об увеличении инвестирования в основные средства и внеоборотные активы за счет долгосрочных средств.

Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов и затрат имеет положительную тенденцию. Увеличивается финансовая независимость в части формирования запасов и затрат к 2016 году. Они в большей степени формируются за счет собственных средств, то

есть капитала и резерва.

Для укрепления своих позиций, расширения рыночной доли, для повышения конкурентоспособности необходимо: осуществлять своевременный анализ качества и уровня потребительской удовлетворенности, разрабатывать и внедрять стандарты качества на предлагаемые услуги, более активно проводить рекламную кампанию с созданием собственного узнаваемого имиджа. Это позволит ООО «УЮТ» увеличить количество клиентов и повысить объем продаж, что в свою очередь отразится на результатах финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Для определения эффективности ООО «УЮТ» были проанализированы показатели его деятельности. В результате проведенного анализа были выявлены положительные и отрицательные моменты деятельности.

2.3. Оценка рыночной деятельности предприятия

Услуги бань включают в себя не только обеспечение личной гигиены, поддержание здоровья и красоты, но и элементы отдыха, развлечения, культуры. Поэтому и возникла необходимость создания специализированных предприятий, обеспечивающих население банными услугами, – бань, саун, банно-прачечных комбинатов, банно-оздоровительных комплексов.

В последние 4-5 лет интерес населения к услугам бань значительно возрос. Отмечается постоянное увеличение потребительского спроса на эти услуги. Ответной реакцией рынка можно считать увеличение предложения и, как следствие этого, объема реализации услуг населению.

Приведем официальные статистические данные по объему реализации услуг бань в Российской Федерации за период с 2005 по 2016 гг. (рис. 2.2). Объем реализации услуг бань в денежном выражении зависит от физического объема услуг, средней цены, структуры реализованных услуг и

т. п.

В денежном выражении объем реализации услуг бань за анализируемый период увеличивается – с 30,9 млн. руб в 2005 г. до 157,6 млн. руб. в 2016 или на 510,03%, что свидетельствует о стабильном росте спроса на данный вид услуг.

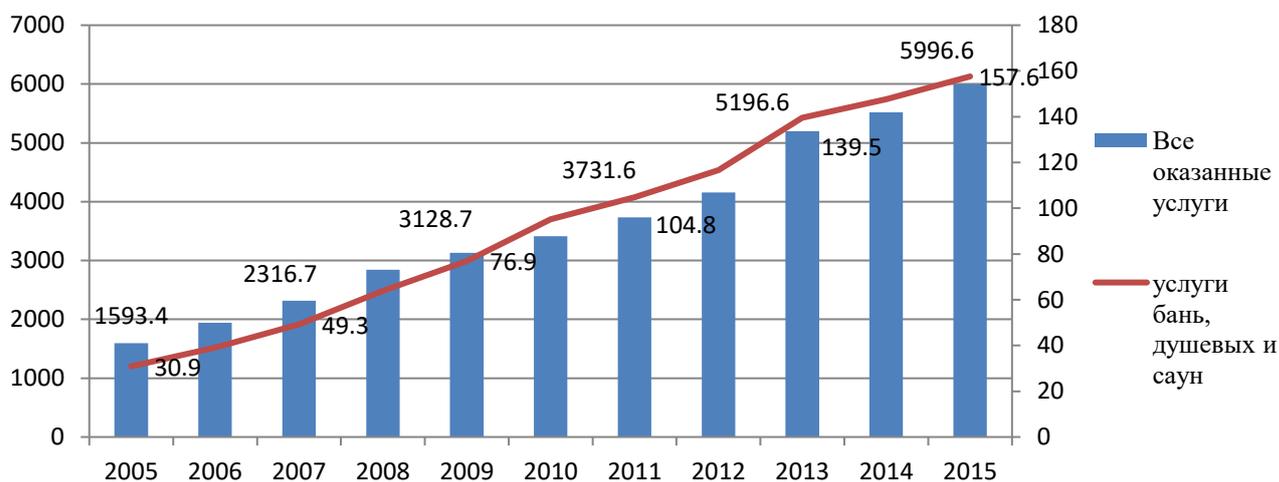


Рис. 2.2. Объем бытовых услуг населению и услуг бань, душевых и саун в структуре бытовых услуг в 2005-2016 гг., в млн. руб.

Отметим, что объем бытовых услуг населению за тот же период вырос меньше – на 376,33% (с 1593,4 млн. руб. в 2005 г. до 5996,6 млн. руб. в 2016 г.).

На рисунке 2.3 отображена динамика изменения удельного веса объема реализации услуг бань в общем объеме бытовых услуг.

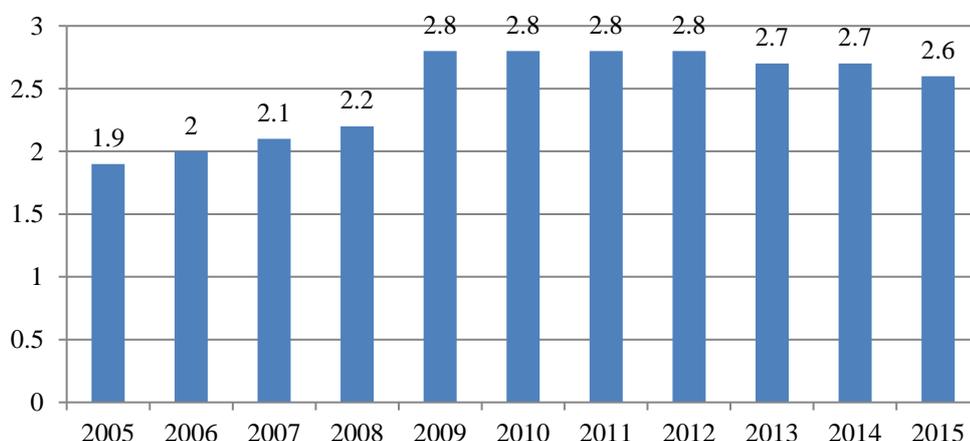


Рис. 2.3. Доля услуг бань, душевых и саун в структуре бытовых услуг населения в 2005-2016 гг., в процентах

По данным рисунка 2.3 можно сделать вывод, что удельный вес объема реализации услуг бань в общем объеме бытовых услуг постепенно увеличивается. Среднегодовой темп прироста объема банных услуг за анализируемый период (1998–2001 гг.) составляет 40,5%, тогда как среднегодовой темп прироста объема реализации бытовых услуг населению за тот же период составляет 26%. Наиболее значительное увеличение объема банных услуг произошло в 2000 г., когда темп роста этого показателя составил 60%.

Экономическая ситуация по разному влияет на деятельность организаций в сфере услуг, данные отображены в таблице 2.6.

Таблица 2.6

Изменение экономической ситуации в сфере услуг в организациях различных видов деятельности, в процентах

По отношению к предыдущему кварталу	2016 г.				1 квартал 2017 г
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	
Деятельность в области пассажирского транспорта, кроме железнодорожного	-25	-7	-6	-14	-20
Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания	-37	3	6	-10	-27
Страхование	-1	6	3	4	-1
Предоставление персональных услуг	-15	-8	-13	-8	-14
Туристская деятельность	-34	5	19	-24	-25

Как и в предыдущие периоды, в I квартале 2017 г. основным фактором, ограничивающим деятельность организаций сферы услуг, стал дефицит спроса (отметило 47% опрошенных руководителей организаций сферы услуг). Кроме того, недостаток финансовых средств посчитали одной из базовых проблем 42% участников опроса. Препятствием для развития бизнеса 34% всех опрошенных респондентов считают существующий

уровень налогообложения, 32% - большую отчетную нагрузку.

Цена на услуги бань формируется под воздействием различных факторов. Цены на услуги саун колеблются в среднем от 300 до 1 500 руб. в час (помещение саун рассчитано в среднем на 6–8 человек).

В целом по России рост цен на услуги бань и саун в 2016 г. составил в среднем 120–125%, а рост физического объема услуг бань за тот же период составил порядка 110%.

Структура реализованных услуг бань обычно оценивается с точки зрения увеличения удельного веса высокорентабельных услуг в их общем объеме. К высокорентабельным услугам можно отнести услуги саун и саун VIP, оздоровительные услуги, услуги «красоты» и т. п.

Если рассматривать значение показателя объема реализации услуг бань и их структуру по территориальному признаку, можно сделать вывод, что наибольший объем реализации услуг обеспечивают центральные регионы Российской Федерации.

Это связано с рядом объективных и субъективных причин. Во-первых, центральные регионы России имеют высокую плотность населения. Во-вторых, там сосредоточено наиболее высокодоходное население. В-третьих, посещения бань в Центральной России можно считать традиционными, включающими в себя ряд культурных и этнических особенностей. Все эти и ряд других факторов позитивно повлияли на формирование спроса на услуги бань в Центральном регионе.

Если анализировать структуру объема реализации услуг бань с точки зрения их предложения субъектами хозяйственной деятельности, то можно сделать вывод, что наибольший удельный вес имеют услуги бань, оказанные крупными и средними предприятиями (банно-прачечными комбинатами, банями и саунами, входящими в состав физкультурно-оздоровительных комплексов и др.).

Следует отметить наличие в этой сфере неформальных структур, которые обеспечивают примерно 1/10 часть совокупного объема реализации

услуг бань.

Отличительной чертой Белгородской области является большое количество бань и саун, являющихся субъектами малого предпринимательства. Услуги бань, оказываемые малыми предприятиями, занимают значительный удельный вес в общем объеме реализации услуг.

В г. Губкин расположен банный комплекс по адресу: ул. Дзержинского, 97, Губкин, Белгородская область, являющийся основным конкурентом анализируемого банно-оздоровительного комплекса ООО «УЮТ».

Остальные конкуренты находятся в г. Старый Оскол. Это предприятия:

- сауна «Водолей» (адрес: Парковый м/р-н, 33, Старый Оскол);
- сауна «100 градусов» (адрес: ул. Мира, 2-Б, Старый Оскол);
- сауна «Аквamarin» (адрес: Лихачевой ул., 9, Федосеевка);
- Городская баня (адрес: ул. Ленина, 56, Старый Оскол);
- Русская баня на дровах (адрес: ул. Прядченко, 31, 1 этаж, Старый Оскол);
- сауна «С легким паром» (адрес: микрорайон Ольминского 7А, Старый Оскол);
- сауна «Афродита» (адрес: Дубрава 1 м/р-н, 58-а, Старый Оскол).

Анализ ассортимента предлагаемых услуг конкурентов показал, что банно-оздоровительный комплекс предлагает максимально широкий спектр услуг.

Каждое из вышеперечисленных предприятий имеет свои особенности. Например, в сауне «Водолей» помимо основных услуг предоставляются также парикмахерские и косметические услуги, услуги маникюра, педикюра, массажа, работают буфеты-бары.

Сауна «С легким паром» оснащена современным прачечно-гладильным оборудованием и кроме вышеперечисленных услуг предоставляют своим клиентам услуги прачечных и мелкого ремонта одежды. В сауне «Афродита» посетители, кроме традиционных услуг, могут пройти физкультурно-

оздоровительный курс.

С целью регулирования рынка банно-прачечных услуг на государственном уровне, учитывая все вышеперечисленные особенности предприятий банно-прачечного комплекса, техническим комитетом 346 «Бытовое обслуживание населения» ГОССТАНДАРТА России разработан проект «Услуги бытовые. Услуги бань. Общие технические условия», в котором приведены классификация услуг бань, общие технические требования, требования безопасности. Основным недостатком проекта, на взгляд автора, является то, что он не отражает современных требований рынка и затрагивает лишь одну сторону услуги – обеспечение личной гигиены. Но эта услуга не всегда является рентабельной. Поэтому предприятию для повышения рентабельности необходимо расширять ассортимент предоставляемых услуг, которые также должны регулироваться данным стандартом.

По результатам исследования проведенного Институтом экономики сервиса Московского государственного университета сервиса по заказу Департамента потребительского рынка и услуг г. Москвы была получена более подробная информация о потребителях услуг бань (было опрошено около 800 человек).

Выявлено, что услугами саун пользуется преимущественно мужское население в возрасте от 18 до 40 лет, предприниматели и служащие со средним уровнем дохода на 1 члена семьи приблизительно 3 000–4 000 рублей в месяц.

Отдельно можно отметить, что услугами саун VIP пользуются потребители с высоким уровнем дохода (более 4 000 рублей в месяц на 1 члена семьи), что и следует из специфики услуг этих предприятий.

Услугами бань общего пользования (русскими банями) предпочитают пользоваться как мужчины, так и женщины. Это в основном служащие и предприниматели в возрасте от 50 лет со средним уровнем дохода от 2 000 до 4 000 рублей в месяц на 1 члена семьи. В основном частота посещения бань

общего пользования (русских бань) колеблется от 1 раза в неделю до 1 раза в месяц. Сауны посещают в среднем 1 раз в месяц.

В большинстве случаев качество услуг оценивалось потребителями как хорошее и отличное, но тем не менее указывалось на ряд недостатков. Например, 58% опрошенных по разным причинам вообще не пользуются специализированными предприятиями услуг бань, причем только 10% не видят в этом необходимости, так как потребляют эти услуги в порядке самообслуживания, имеют собственные бани или сауны. Остальные 48% четко определили причины, по которым они не пользуются услугами специализированных предприятий.

Главная причина – высокие цены на услуги, далее идут неудобное расположение, неудобный режим работы и отсутствие предприятий в местах работы и проживания. Другая немаловажная причина – узкий ассортимент услуг бань и саун, хотя, как уже отмечалось выше, многие предприятия значительно расширили спектр дополнительных услуг, предоставляемых клиентам. Пользующиеся наибольшим спросом дополнительные услуги – парикмахерские, косметические, услуги маникюра и педикюра, массаж, срочная химчистка и мелкий ремонт одежды.

Также по результатам опроса можно выделить основные причины, ограничивающие потребление услуг банно-прачечного комплекса:

- высокая цена на услуги – 60% опрошенных;
- соответствующие предприятия далеко и неудобно расположены – 20%;
- нет соответствующих предприятий в районе проживания или работы – 8,5%;
- не устраивает качество услуг – 8%;
- неудобный режим работы предприятий – 7,6%.

Итак, 42% из числа опрошенных хотя бы 1 раз в год пользуются услугами бань. При этом число потребителей услуг русских бань – 5%, число потребителей услуг саун – 37%.

Результаты анкетирования показали, что при устранении основных причин, ограничивающих потребление услуг бань, число потребителей этих услуг заметно возрастет (за счет привлечения новых потребителей и изменения частоты посещения уже имеющихся потребителей). Число потенциальных потребителей услуг данных предприятий (из числа опрошенных) может увеличиться и составить в среднем:

- число потребителей услуг русских бань – 12%;
- число потребителей услуг саун – 53%.

На рисунке 2.3 представлено изменение числа потребителей услуг русских бань и саун под воздействием вышеперечисленных факторов, т. е. реальные и потенциальные потребители этих услуг.

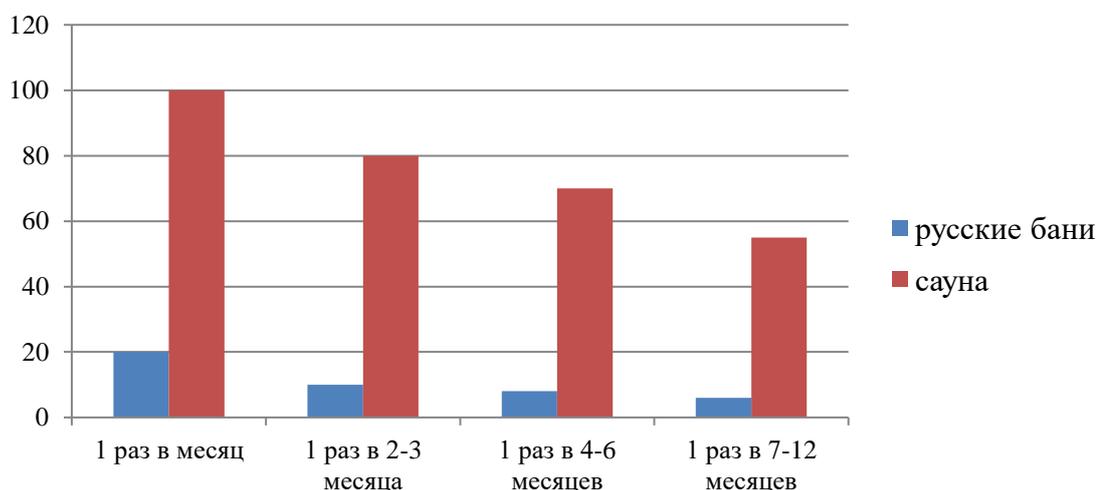


Рис. 2.3. Частота потребления услуг русских бань и саун, человек

По результатам анкетирования также была получена информация о дополнительных услугах в банях и саунах, которые пользуются наибольшим предпочтением потребителей:

- парикмахерские услуги – 30,2% (из числа опрошенных);
- косметические услуги – 28,8%;
- маникюр и педикюр – 27,2%;
- стирка белья – 9,1%;
- мелкий ремонт одежды – 6,3% (рис. 2.4).

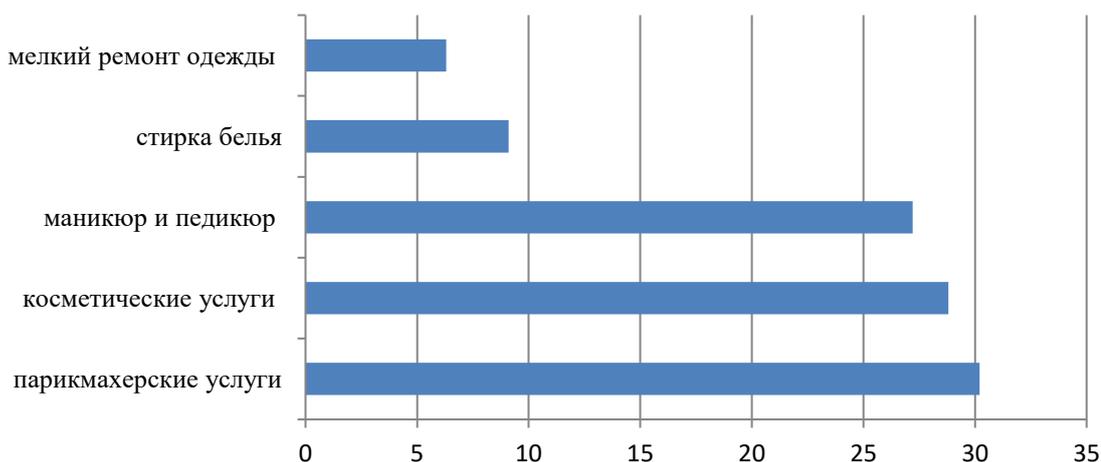


Рис. 2.4. Дополнительные услуги в банях и саунах, которые пользуются наибольшим предпочтением потребителей, в процентах

Основные причины, ограничивающие потребление или вообще не позволяющие пользоваться вышеуказанными дополнительными услугами в банях и саунах:

- высокие цены на дополнительные (сопутствующие) услуги – 32,5% (из числа опрошенных);
- отсутствие требуемых дополнительных услуг в посещаемых банях или саунах – 21%;
- низкое качество услуг – 15,5%;
- низкий уровень обслуживания – 12,7%.

Также интересная информация о потреблении услуг бань общего пользования и саун была получена в результате исследования специфического потребительского сегмента – студентов.

В ходе анкетирования были опрошены 140 студентов 3–6 курсов дневного и вечернего отделения Института экономики сервиса Московского государственного университета сервиса. Из числа опрошенных предпочитают посещать русскую баню – 28%, сауну – 21%, не пользуются этими услугами вообще – 51%.

Основная причина, ограничивающая потребление услуг бань общего пользования, – неприемлемые санитарно-гигиенические условия в банях (эту причину указали 14% опрошенных).

Потребители услуг саун основной «ограничивающей» причиной потребления считают высокие цены на услуги.

Устранение причин, ограничивающих или не позволяющих пользоваться услугами бань и саун, может несколько изменить картину потребления. Так потребителями услуг русских бань может стать 36% из числа опрошенных, потребителями услуг саун – 27%. Не предполагают пользоваться этими услугами вообще – 37% опрошенных.

Подводя итоги, следует отметить, что сегодня рынок услуг бань в России находится в процессе становления. Основные показатели, характеризующие этот процесс:

- превышение спроса над предложением, возникшее в результате несоответствия качества предоставляемых услуг и цен на них;
- постоянное создание небольших негосударственных предприятий – бань русского типа, саун, саун VIP (как самостоятельных, так и на базе других предприятий);
- расширение и реконструкция действующих предприятий банно-прачечного комплекса;
- постоянное расширение спектра предоставляемых услуг путем внедрения новых высокорентабельных услуг (как сопутствующих, так и неспецифических).

На этом этапе возникает необходимость государственного регулирования рынка услуг бань как социально значимых услуг. Поддержка на уровне органов государственной власти и местного самоуправления может осуществляться путем создания муниципальных и иных предприятий, обеспечивающих услугами бань льготные категории населения.

В соответствии с темой выпускной квалификационной работы необходимо разработать мероприятия по совершенствованию деятельности банно-оздоровительного комплекса ООО «УЮТ».

Заключение

В настоящее время в стране, несмотря на отсутствие государственного регулирования и поддержки, быстрыми темпами развивается оздоровительная отрасль и индустрия товаров для здоровья.

Банно-оздоровительный комплекс – это один из самых популярных в нашей стране способов оздоровления и отдыха.

В советскую эпоху все бани были планово-убыточными предприятиями. Правда, тогда они в первую очередь выполняли социальную функцию – обслуживание населения по доступным для всех тарифам. Хотя надо отметить, что уже в восьмидесятые годы баня воспринималась отнюдь не как банальная помывка, а как особое удовольствие.

В настоящий момент в г. Губкин невысокая концентрация заведений типа бань, саун и банных комплексов, что открывает новые возможности и требует качественно нового подхода к предприятиям данного типа.

В выпускной квалификационной работе необходимо на основе анализа финансового состояния ООО «УЮТ» разработать проект организации японской бани для повышения эффективности деятельности предприятия.

Для реализации цели выпускной квалификационной работы были решены следующие задачи: изучено современное состояние и тенденции развития рекреационно-оздоровительной сферы; рассмотрены особенности оздоровительных услуг, изучена классификацию и конструктивные особенности разных видов оздоровительных комплексов, рассмотрены тенденции развития банно-оздоровительных комплексов, проанализирована финансово-хозяйственную деятельность ООО «УЮТ», разработаны и сделано экономическое обоснование мероприятий по совершенствованию деятельности ООО «УЮТ».

Рынок банных услуг также продолжает развиваться из года в год, меняется его структура, появляются новые участники рынка, вытесняются другие. Так, типовые общественные бани находятся под угрозой

исчезновения по причине их убыточности и невостребованности, их заменяют различные сауны, частные бани и современные банно-оздоровительные комплексы, предлагающие многочисленные услуги оздоровительного характера.

Таким образом, анализ современных тенденций развития общественных банных комплексов позволяет сделать вывод о том, что необходимо использовать несколько видов бани для роста привлекательности банного комплекса для местного населения и повышения эффективности работы предприятия.

В соответствии с целью выпускной квалификационной работы нами был проведен анализ технологических особенностей устройства различных видов бани и их оздоровительного влияния на организм человека. По результатам проведенного анализа мы предлагаем организовать в банно-оздоровительном комплексе ООО «УЮТ» японскую баню.

Баня во все времена считалась неотъемлемым атрибутом жизненного уклада человека. Банная процедура превозносит особый шарм и неоспоримое преимущество воздействия водных процедур на человеческий организм, служит эффективным средством профилактики и лечения многих заболеваний.

В последнее время особой привлекательностью пользуется японская баня. Обладая особой спецификой и омолаживающим влиянием на организм, японские технологии и здесь оказываются на порядок выше и эффективнее.

Реализации проекта по организации японской бани в ООО «УЮТ» в соответствии с темой выпускной квалификационной работы требует обоснования состава затрат и проведения прогноза продаж услуг японской бани.

Состав помещений ООО «УЮТ» позволяет разместить дополнительно японскую баню типа фурако и офуро. Для этой цели необходимо провести реконструкцию помещения – объединить кафе и банкетный зал, и в освободившемся помещении кафе после проведения необходимых

ремонтных работ разместить японскую баню.

Для реализации проекта открытия японской бани будут приобретены 2 купели фурако (стоимость 93 500 руб.) и 2 офуро (стоимость 93 500 руб.) для размещения в помещении и 2 купели фурако (стоимость 105 900) для размещения на улице.

Общая сумма затрат на ремонтные работы по подготовке помещения для японской бани и устройство открытой площадки под навесом, приобретение купелей составит 1 136,8 тыс. руб.

Предполагается, что в результате организации японской бани произойдет увеличение числа клиентов на 5% в первый год и в последующие года 3% ежегодно. Увеличение прибыли от организации японской бани в ООО «УЮТ» составит 1 314,0 тыс. руб в первый год реализации проекта, 2 102,4 тыс. во второй год и к пятому году реализации проекта увеличится до 4 467,6 тыс. руб.

Общие затраты по организации японской бани в первый год составят 1 289,2 тыс. руб., и включают затраты на заработную плату работника бани, приобретение защитных средств для купелей и древесной стружки, проведение рекламной компании японской бани, фильтры для вода. В последующие года затраты на организацию и продвижение японской бани незначительно из-за большего расхода древесной стружки и затрат на смену фильтров.

Расчет эффективности реализации проекта организации японской бани показал, что общие затраты на начальном этапе открытия японской бани составят 1 136,8 млн. руб., в первый год реализации проекта экономическая эффективность составит 24,8 тыс. руб., проект окупится на третий год реализации проекта.

Таким образом, в течение пяти лет реализации проекта организации японской бани в ООО «УЮТ» прибыль банно-оздоровительного комплекса увеличится на 24,8 тыс. руб. в первый год и на 3099,58 тыс. руб. на пятый год. Можно отметить, что организация японской бани будет иметь

положительный эффект для деятельности ООО «УЮТ», так как будет способствовать развитию предприятия и росту его доходов.

Список использованных источников

1. Об утверждении Указаний по заполнению в формах федерального статистического наблюдения показателя «Объем платных услуг населению» [Текст] : Приказ Росстата от 23.07.2009 № 147 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

2. ГОСТ Р 52493-2005. Услуги бытовые. Услуги бань и душевых. Общие технические условия [Текст] : нац. стандарт Рос. Федерации. – Введ. 2005-12-30. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

3. ГОСТ Р 52024-2003. Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования [Текст] : нац. стандарт Рос. Федерации. – Введ. Постановлением Госстандарта России от 18 марта 2003 г. № 80-ст // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

4. Аванесова, Г.А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент [Текст] / Г.А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2015. – 420 с.

5. Алексеева, Е.В. Нормативное планирование и контроль затрат [Текст] : учебное пособие / Е.В. Алексеева, Н.Ю. Иванова, С.Г. Фалько ; Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана ; под ред. С.Г. Фалько. – М. : Издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2012. – 76 с.

6. Андреева, С.Ю. Бухгалтерский управленческий учет [Текст] : конспект лекций / С.Ю. Андреева. – Йошкар-Ола : ПГТУ, 2013. – 116 с.

7. Антипов, К.В. Основы рекламы [Текст] : учебник / К.В. Антипов. – 3-е изд. – М. : Дашков и Ко, 2015. – 326 с.

8. Анфилатов, В.С. Системный анализ в управлении [Текст] : учебное пособие / В.С. Анфилатов, А.А. Емельянов, А.А. Кукушкин ; под ред. А.А.

Емельянов. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 368 с.

9. Анциферова, И.В. Бухгалтерский финансовый учёт [Текст] : практикум / И.В. Анциферова. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 368 с.

10. Арзуманова, Т.И. Экономика организации [Текст] : учебник / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. – М. : Дашков и Ко, 2014. – 240 с.

11. Арсеньев, Ю.Н. Управление персоналом: Модели управления [Текст] : учебное пособие / Ю.Н. Арсеньев, С.И. Шелобаев, Т.Ю. Давыдова. - М. : Юнити-Дана, 2012. – 288 с.

12. Арустамов, Э.А. Основы бизнеса [Текст] : учебник / Э.А. Арустамов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 230 с.

13. Архарова, З.П. Бухгалтерский учет и основы аудита [Текст] : учебное пособие / З.П. Архарова. – М. : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2014. – 100 с.

14. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учебник / А.Н. Асаул ; Институт проблем экономического возрождения, Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет. – СПб : АНО «ИПЭВ», 2013. – 204 с.

15. Балаева, О. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития [Текст] / О. Балаева, М. Предводителя // Мировая экономика и международные отношения. – 2014. - №3. – С. 44-48.

16. Балаева, О. Управление организациями сферы услуг [Текст] / О. Балаева. – М. : Высшая школа экономики, 2014. – 160 с.

17. Балдин, К.В. Управленческие решения [Текст] : учебник / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин. - 8-е изд. – М. : Дашков и Ко, 2014. – 495 с.

18. Бани для войск и для народных масс в гигиеническом, санитарном, лечебном и экономическом отношении [Текст] / сост. Н.А. Гольденберг. - СПб. : Типография Е. А. Евдокимова, 2014. – 183 с.

19. Вахрушина, М. Бухгалтерский учет в сфере услуг [Текст] / М. Вахрушина. – М. : Рид групп, 2011. – 576 с.
20. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность [Текст] : учебник / В.Г. Велединский. – 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2014. – 174 с.
21. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность [Текст] : учебник / В.Г. Велединский – М. : КноРус, 2016. – 344 с.
22. Виды бань. Основные типы и их характеристики [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://resn.ru/vidy-ban-osnovnye-tipy-i-ih-harakteristiki> (дата обращения 17.03.2017)
23. Восколович, Н.А. Экономика платных услуг [Текст] / Н.А. Восколович. – М. : Юнити-Дана, 2014. – 344 с.
24. Все о банных секретах. Здоровье и красота круглый год [Текст] / сост. О.В. Никольская. - М. : Рипол Классик, 2012. – 256 с.
25. Гордин, В. Менеджмент в сфере услуг [Текст] : учебник / В. Гордин. – М. : Бизнес-пресса, 20012. – 272 с.
26. Демидова, Л. Сфера услуг в постиндустриальной экономике [Текст] // Мировая экономика и международные отношения, 2012. - №2. – С. 56-64.
27. Демидова, Л. Сфера услуг России: трудный путь модернизации [Текст] // Мировая экономика и международные отношения, 2015. - №2. – С. 24-28.
28. Казакевич, Т.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса [Текст] : учебное пособие / Т.А. Казакевич. – СПб. : ИЦ «Интермедия», 2014. – 186 с.
29. Кара, А. Экономика сферы обслуживания [Текст] : учебник / А. Кара. – М. : Академия, 2014. – 320 с.
30. Катаев, Ю.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятия (на примере предприятия сферы услуг) [Текст] / Ю.И. Катаев. – М. : Феникс, 2011. – 246 с.
31. Колесникова, Е. Управленческий учет в сфере услуг [Текст] : учебное пособие / Е. Колесникова. – М. Феникс, 2014. – 269 с.

32. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии [Текст] / К. Лавлок. – М. : СПб., Киев: Вильямс, 2015. – 412 с.
33. Маркетинг сферы услуг [Текст] : учебное пособие / С.Н. Диянова – М. : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 192 с.
34. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта [Текст] : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / М. И. Золотов [и др.]. – М. : Академия, 2015. – 432 с.
35. Офуро и фурако со встроенной дровяной печью [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://fitorodnik.ru/catalog/s-vstroennoy-pechyu-na-drovakh/> (дата обращения 22.03.2017)
36. Павленко, В. Защита прав потребителей в сфере торговли и услуг: Практическое пособие [Текст] / В. Павленко – М. : КноРус, 2014. – 160 с.
37. Предводителева, М.Д. Основные тенденции развития российской сферы услуг [Текст] / М.Д. Предводителева, О.Н. Балаева // Маркетинг услуг, 2012. - №04 (16). – С. 248-256.
38. Резник, Г.А. Сервисная деятельность [Текст] : ученик / Г.А. Резник, А.И. Маскаева. – М. : НИЦ Инфра-М, 2015. – 544 с.
39. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность [Текст] : учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и Ко, 2015. – 284 с.
40. Русская баня для спортсменов и специалистов опасных профессий : учебно-методическое пособие / В.П. Соломин, Н.Н. Плахов, О.В. Шатровой, Г.И. Сопко. – СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2014. – 107 с.
41. Рутгайзер, В.М. Сфера услуг. Новая концепция развития [Текст] / Рутгайзер В.М., Корягина Т.И., Арбузова Т.И. – М. : Экономика, 2011. – 440 с.
42. Барчуков, И.С. Санаторно-курортное дело [Текст] : учебное пособие / И.С. Барчуков. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 303 с.
43. Сервисная деятельность [Текст] : учебное пособие / В.А. Фурсов, Н.В. Лазарева, И.В. Калинин, О.А. Кудряшов. – Ставрополь : СКФУ, 2015. –

148 с.

44. Сервисная деятельность [Текст] : учебное пособие / под ред. Б.И. Штейнгольца. – Новосибирск : НГТУ, 2013. – 130 с.

45. Старикова, Ю.А. Санаторно-курортное дело [Текст] : Конспект лекций : учебное пособие / Ю.А. Старикова. – М. : А-Приор, 2012. – 95 с.

46. Сфера социально-культурного сервиса: теоретические аспекты изучения [Текст] : кол. монография / С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. - СПб. : Изд-во СПб ГУСЭ, 2012. – 159 с.

47. Тётушкин, В.А. Сервисная деятельность: основные понятия и современные проблемы (региональный аспект) [Текст] : учебное пособие / В.А. Тётушкин. – Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. – 125 с.

48. Третьяк, О. А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления [Текст]. – М. : Инфра-М, 2015. – 244 с.

49. УЮТ банно-оздоровительный комплекс [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.banigubkin.ru/> (дата обращения 27.03.2017)

50. Харитонов, Т.В. Бани. Маркетинговое исследование рынка в Москве / Т. В. Харитонов [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/practical/2002-06/06.shtml> (дата обращения 15.03.2017)

51. Христофоров, А. В. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг [Текст] : Монография / А.В. Христофоров. – М. : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 159 с.

52. Чекмарева, Г.В. Сервисная деятельность [Текст] / Г.В. Чекмарева. – Новосибирск : НГТУ, 2011. – 40 с.

53. Японские бани фурако, офуро и сэнто: разное наполнение с одним содержанием [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://stroy-banya.com/bani_mira/yaponskie-bani-furako-ofuro-i-sento.html (дата обращения 20.03.2017)

54. Grönroos C. (2012). «Relationship approach to marketing in service contexts: the marketing and organizational behavior interface». Journal of Business Research, Vol. 20, Iss. 1.

Приложения