ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение высшего

профессионального образования

«АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Международный институт экономики, менеджмента и информационных систем

Кафедра экономики предпринимательства и маркетинга

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

(курсовая работа)

По дисциплине: «Организация предпринимательства»

Выполнила студентка

2 курса, 2825 группа

Екатерина Александровна Воронкина

Барнаул 2010

Содержание

Введение

Глава 1. Теоретическое обоснование значимости малого бизнеса в туризме

1.1 Услуги туризма как составляющая часть развития региона

1.2 Виды малого бизнеса в сфере туризма

Глава 2. Анализ развития малого бизнеса в сфере туризма

2.1 Алтайский край

2.2 Республика Алтай

Глава 3. Условия устойчивого развития предпринимательства в сфере туризма

Заключение

Список литературы

Введение

Мировой опыт показывает, что малый бизнес - это важный элемент рыночной экономики, который влияет на темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. Уровень развития малого бизнеса в России значительно отстает от развития данного сектора в промышленно развитых странах и явно недостаточен с точки зрения потребностей настоящего периода в Российской Федерации.

В сложившихся условиях значительная роль в решении проблемы развития малого предпринимательства отводится сфере услуг, и в частности индустрии туризма, которая может стать реальной возможностью для развития малых форм хозяйствования, так как она имеет большой потенциал для привлечения предпринимательских ресурсов, не требует таких больших капиталовложений, как, например, промышленность, и является индустрией номер один по созданию рабочих мест. Учитывая неоспоримый туристский потенциал нашей страны и неразвитость туризма в настоящее время, приложение капитала именно в эту индустрию является сейчас чрезвычайно актуальным.

Объектом исследования данной курсовой работы является малый бизнес в сфере туризма. Предметом выступают виды малого предпринимательства в сфере туризма.

Целью курсовой работы является выявление роли малого бизнеса в сфере туризма, его основные виды и влияние на экономическое развитие региона.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

- проанализировать взаимодействие сферы туризма с экономикой региона;

- рассмотреть основные виды малого бизнеса в сфере туризма;

- проанализировать уровень развития туризма в Алтайском крае и Республике Алтай, и определить значение предпринимательства в сфере туризма для экономического и социального развития региона;

- рассмотреть основные условия устойчивого развития малого бизнеса в сфере туризма.

Теоретической и методологической основой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых в области теории предпринимательства, теории туризма, экономики туризма, менеджмента туризма. Информационной базой послужили законодательные и нормативные акты федеральных, региональных и местных органов власти Российской Федерации, работы, опубликованные в периодической печати и электронной сети «Интернет», статистические данные о развитии малого бизнеса в сфере туризма в Алтайском крае и Республике Алтай.

Курсовая работа состоит из трех глав, введения, заключения, списка литературы.

Глава 1. Теоретическое обоснование значимости малого бизнеса в сфере туризма

Туризм оказывает существенное влияние на экономику и развитие региона, способствуя притоку валюты в страну, созданию новых рабочих мест, улучшению инфраструктуры и т. д. Для получения максимальной выгоды от туризма каждое государство разрабатывает туристскую политику, которая является одним из видов социально-экономической политики государства.

1.1 Услуги туризма как составляющая часть перспективного развития региона

Региональная политика в сфере туризма становится по актуальности в один ряд с федеральной в силу двух обстоятельств. Во-первых, федеральная программа не в состоянии учесть специфику российских регионов, которые отличаются широким разнообразием территорий, природно-климатических условий, традиций и других особенностей, определяющих самобытность и уникальность конкретной области, края, района. Во-вторых, для региона необходимость разработки собственной политики в области туризма определяется возможностями данной отрасли решить широкий, круг социально-экономических проблем (улучшить инфраструктуру, обеспечить занятость населения, преодолеть неравномерность развития отдельных районов региона и т.д.). Приоритеты, принципы, цели, задачи туристской политики, а также условия их реализации определяются в рамках концепции и программы развития туризма.

Поскольку туризм как большая открытая система взаимодействует с социально-экономической системой региона, на территории которого расположены объекты туризма, сформирована соответствующая инфраструктура, то для получения позитивного эффекта взаимодействия двух социально-экономических систем они должны быть управляемы (в противном случае им грозит разрушение). Поэтому необходим анализ взаимодействия туризма с экономикой региона, его социально-экономическим развитием.

В российской и зарубежной научной литературе нет четкого определения понятия регион (от англ. region — район). В зависимости от целей исследования под регионом понимают сложный территориально-экономический комплекс, или единицу административного деления страны, или группу стран, представляющих собой определенный экономико-географический либо однотипный по общественному устройству район мира, и т.д.

К термину регион по своему внутреннему содержанию близок часто встречающийся в экономической литературе термин экономический район, под которым понимается крупномасштабный регион с особой отраслевой специализацией (структурой производства), играющей существенную роль в экономике страны.

Таким образом, размыты территориальные, экономические, социокультурные и иные региональные критерии и границы, что является одной из причин многообразия направлений и методологических концепций в современных региональных исследованиях.

Под туристским регионом понимается пространственно определенная территория, на которой располагаются туристские аттракторы и инфраструктура, обслуживающая посетителей.

Так как на регионы оказывает влияние множество различной степени факторов и условий (природных, экономических, социальных, экологических, политических и др.), то и уровни развития регионов неодинаковы.

Обращает на себя внимание тот факт, что зоны отдыха с высоким уровнем социально-экономического развития могут иметь как большие, так и небольшие туристские потоки. Основная причина этого кроется в различии целей региона (повышение жизненного уровня населения за счет развития экономики) и туризма (восстановление и развитие духовных и физических сил человека).

Важный фактор, влияющий на формирование туристских потоков, — уровень материального благополучия населения. По мнению специалистов, основу туристского контингента в России, совершающего три-четыре поездки в год за рубеж, составляет средний класс по доходности (около 20%), т.е. те граждане, кто получает в месяц не менее шести прожиточных минимумов на каждого члена семьи. Однако эти прогнозы не отражают региональные особенности.

Таким образом, отсутствует прямая зависимость между уровнем развития экономики региона и уровнем развития туризма. Вместе с тем, исходя из системного представления каждой территориальной единицы, туризм — составная часть региональной социально-экономической системы, т.е. имманентен ей, поэтому отсутствие между ними связей говорит об иррациональности их взаимодействия.

Следует отметить, что, развиваясь, туризм оказывает прямое и косвенное влияние на экономику региона. При прямом влиянии расходы посетителей непосредственно формируют доходы предприятий сферы туризма, а при косвенном — прямое воздействие туризма генерирует рост спроса в сопряженных отраслях. Например, гостиницы пользуются услугами строителей, коммунальных организаций, банков, страховых компаний, производителей пищевых продуктов и др. Возникает цепочка расходы — доходы — расходы... расходы — доходы — расходы.

Прямое воздействие туризма в основном проявляется на национальном уровне через госбюджет, платежный баланс и характеризуется такими показателями, как доля туристских расходов и доля налоговых поступлений от туризма в ВВП. На региональном уровне больше заметен косвенный эффект, который, как правило, оценивается посредством мультипликатора как показателя туристских расходов в регионе — число вложений денег туристами в местную экономику, при которых средства были фактически потрачены в принимающем регионе.

Преобладающая часть расходов приходится на дистанцию, где чем выше комплексность туристских услуг, тем больше спрос на услуги смежных отраслей и видов деятельности. Однако внешний, благоприятный экономический эффект от туризма в регионе фактически оказывается заметно меньше, а иногда и негативным. Это может быть связано с превышением экологической нагрузки на туристско-рекреационные комплексы, разрушающие природу, оттоком региональных ресурсов, имеющих стратегическое значение, в сферу туризма, что обостряет социально-экономические проблемы региона, и т.д. Отсюда следует необходимость планирования, прогнозирования и регулирования предельных значений потоков туристов и возможностей, пропускной способности самих объектов.

Выявленный общий характер влияния туризма на развитие региона, обусловливающий протекание позитивных и негативных процессов, должен включаться в планы развития туризма для своевременного принятия мер по упреждению появления или снижения негативных факторов и усиления влияния позитивных и учитываться в нормативно-правовых документах.

Следует отметить, что с точки зрения туристской привлекательности сам административно-экономический регион, как правило, не представляет интереса для посетителей. Привлекательность такого объекта определяется наличием аттракторов (природных, исторических, социально-культурных и иных достопримечательностей), расположенных компактно, доступных, удобных для обозрения, с высоко развитой инфраструктурой обслуживания.

В зависимости от видов и характера имеющихся туристских ресурсов осуществляется зонирование территории региона.

Следует обратить внимание на то, что уникальные природные ресурсы и культурное наследие, которыми обладает наша страна, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития туризма, так как представляют собой лишь один из элементов туристского предложения.

Важный показатель — уровень состояния и развития в регионе материально-технической базы, обслуживающей туристов.

Таким образом, экономические показатели, оптимизирующие социально-экономический уровень регионов, не отражают характер развития в них туризма. Уровень развития туризма коррелирует только с емкостью туристско-рекреационных ресурсов и уровнем развития материально-технической базы обслуживания. Это связано с тем, что количество и качество производимого туристского продукта зависит от текущих, вполне определенных запросов потребителей.

1.2 Виды предпринимательства в сфере туризма

Интенсивное развитие туристского бизнеса предопределяет его многообразие. Турбизнес может быть классифицирован по сферам деятельности, степени новаторству, количеству собственников и другим признакам.

По количеству собственников туристская деятельность может быть индивидуальной и коллективной.

По степени новаторства турбизнес может быть классическим и инновационным.

Классический турбизнес — это традиционное, консервативное предпринимательство, направленное на максимальную отдачу ресурсов, управление объемами производства, где задействованы внешние (ссуды, протекционизм) и внутренние факторы по выявлению резервов туристской организации для повышения рентабельности, обновления номенклатуры выпускаемых услуг. Такой вид турбизнеса отличается большей степенью предсказуемости, нежели инновационное предпринимательство. Однако добиться существенных результатов здесь непросто из-за высокой конкуренции.

Инновационный турбизнес — модель предпринимательской деятельности, которая сводится к созданию новшеств посредством использования новых сочетаний традиционных ресурсов. Предприниматель, занимаясь инновационной деятельностью, стремится идти в ногу со временем, При этом он ориентируется на ускорение темпов научно-технического прогресса, под воздействием которого новые изобретения быстро устаревают. Такой вид предпринимательства требует значительных инвестиций и несет в себе значительную долю риска, однако именно при таком ведении дел в данной сфере можно добиться высоких результатов и мировой известности своей торговой марки.

Каждая модель турбизнеса имеет отличительные признаки, но единые сущность, цели и задачи. Кроме того, каждой модели присущи черты, определяемые сферой бизнеса.

По сфере и назначению турбизнес можно подразделить на производственный, коммерческий, финансовый, консультационный. Этот признак является базовым, так как определяет саму сущность и специфику турбизнеса.

Виды турбизнеса представлены в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОКДП), который создан на основе Международной стандартной отраслевой классификации и Международной классификации основных продуктов, что обеспечивает сопоставимость российских и международных норм и максимальное соответствие законам отраслевого управления в условиях рынка.

Производственный турбизнес представлен в ОКДП следующими видами деятельности: туроперейтинг, гостиничное обслуживание, предоставление услуг общественного питания, транспортное обслуживание, организация досуга, бизнес-обслуживание, оздоровительное, образовательное, спортивное и экскурсионное обслуживание туристов и др. Коммерция представлена в ОКДП прежде всего турагентской деятельностью, финансы — страхованием туристов, консалтинг — юридическим обслуживанием туристских организаций и туристов.

Это далеко не полный перечень, ибо сферу туризма наряду с вышеназванными аспектами косвенно формируют предприятия городского транспорта, дорожные и городские коммунальные службы, организации связи, предприятия по производству товаров народного потребления и др.

Приведенные виды турбизнеса формируют систему предпринимательства в социально-культурном сервисе и туризме. Дадим краткую характеристику основных видов предпринимательства в данной сфере.

Туроперейтинг — основной вид бизнеса, решающий основную задачу туристского предпринимательства — вовлечение организаций в сферу туристского обслуживания и обеспечение комплексного обслуживания туристов.

Туроперейтинг относится к производственной сфере бизнеса. В данной области создается туристский продукт, который впоследствии реализуется самостоятельно туроператором или через туристские агентства, представляющие собой обширную сеть розничной торговли. Прибыль в системе туроперейтинга рассчитывается на основе разницы между себестоимостью и выручкой от реализации турпродукта.

Туроператорская деятельность — предпринимательская деятельность, осуществляемая с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в организованном отдыхе.

Для туроперейтинга характерна коллективная форма бизнеса. В туризме действует множество туроператоров в виде мелких и средних предприятий, а также в виде крупных корпораций. Наиболее распространенными формами предпринимательства являются общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества закрытого типа. Выбор таких организационно-правовых форм обоснован прежде всего ограниченной ответственностью субъектов предпринимательства и незначительным объемом стартового капитала.

Следует отметить малое количество туроператоров на российском рынке, что существенно сдерживает развитие внутреннего и въездного туризма. Это объясняется рядом причин, и в первую очередь низким спросом на внутренние туры со стороны как россиян, так и иностранных граждан.

Турагентская деятельность — это предпринимательская деятельность, осуществляемая с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в организованном отдыхе. Данная сфера предпринимательства представляет собой обширную сеть розничной торговли.

Турагентская деятельность относится к коммерческой сфере бизнеса. В данной области туристские агентства выступают посредниками между продавцами и покупателями турпродукта. Прибыль в системе турагентского предпринимательства формируется в виде комиссии от продажной цены тура.

Для турагентского предпринимательства характерны индивидуальная и коллективная формы бизнеса, Наиболее распространенными формами турагенств являются общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества закрытого типа. Выбор организационно-правовых форм, как и в туроперейтинге, обоснован прежде всего ограниченной ответственностью субъектов предпринимательства и незначительным объемом стартового капитала,

В настоящее время на российском, рынке преобладают турагентства, которые создаются в виде представительств международных туроператоров. Это объясняется минимумом усилий, в организации бизнеса, так как международные операторы предоставляют необходимую документацию и реквизит, а нередко и первоначальный стартовый капитал.

В то же время многие туроператоры и турагенты объединяются в ассоциации по интересам (например, Национальная туристская организация). Подобные ассоциации формируют инфраструктуру спроса на туристскую продукцию по регионам России, способствуют развитию въездного,и внутреннего туризма, внедряют международные стандарты обслуживания в России, формируют единое информационное пространство, а также решают ряд других существенных проблем в социально-культурном сервисе и туризме.

Гостиничная деятельность — это вид предпринимательства с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в услугах размещения.

Гостиничное хозяйство — это база любого тура: размещение в большинстве случаев входит в турпакет. Уровень качества и стандарты гостиничного обслуживания, а также количество гостиниц в том или ином туристском центре значительно влияют на возможности приема туристов.

Гостиничная деятельность относится к производственной сфере бизнеса: здесь создаются и реализуются туристам услуги размещения. Прибыль в системе гостиничного бизнеса рассчитывается на основе разницы между себестоимостью и выручкой от реализации услуг размещения.

Для гостиниц характерна коллективная форма бизнеса, так как гостиничная деятельность является трудоемкой и требует больших капитальных вложений. В гостиничном бизнесе действует множество малых и средних предприятий, а также крупных корпораций. Наиболее распространенной формой предпринимательства в гостиничном секторе экономики являются акционерные общества открытого типа, что обосновано прежде всего объемом стартового капитала.

Гостиницы классифицируются по уровню комфорта, им на основе сертификации может быть присвоено от одной до пяти звезд. В настоящее время в России максимальный удельный вес в общем составе гостиничной базы составляют гостиницы с низким уровнем комфорта, что оказывает отрицательное воздействие на развитие внутреннего и въездного туризма.

По мере роста числа въездных туристских поездок растет спрос на гостиничные услуги, причем качественные услуги. Гостиничный бизнес в настоящее время является приоритетным, и предприниматели готовы вкладывать денежные средства в его развитие.

Обслуживание туристов питанием — вид предпринимательской деятельности, осуществляемой с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в услугах питания.

Одной из основных услуг в технологии туристского обслуживания является питание. Уровень качества и стандарты ресторанного обслуживания, а также количество предприятий питания в том или ином туристском центре значительно влияют на возможности приема туристов.

Ресторанная деятельность относится к производственной сфере бизнеса. В данной области создаются и реализуются туристам услуги питания. Прибыль в системе питания рассчитывается на основе разницы между себестоимостью и выручкой от реализации услуг питания.

Для ресторанов и иных туристских предприятий питания характерны индивидуальная и коллективная формы бизнеса. В ресторанном бизнесе действует множество мелких и средних предприятий, а также крупных корпораций. Наиболее распространенными формами предпринимательства в этом секторе экономики являются общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества открытого и закрытого типа. Выбор организационно-право вой формы обоснован прежде всего целями бизнеса и амбициями учредителей.

Предприятия питания классифицируются по качеству обслуживания, им на основе сертификации может быть присвоено от одной до пяти звезд. В настоящее время в России функционируют предприятия всех классов, что оказывает позитивное воздействие на развитие внутреннего и въездного туризма в стране.

По мере роста числа туристских поездок растет спрос на услуги и качество питания.

Транспортное обслуживание туристов — предпринимательская деятельность, осуществляемая с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в услугах перемещения. Транспорт — неотъемлемая часть любого путешествия. Он упрощает и способствует перемещениям туристов. Кроме того, транспорт необходим для экскурсионных целей и для трансферта.

Транспорт относится к производственной сфере бизнеса. В данной области создаются и реализуются туристам услуги перемещения. Прибыль в системе транспорта рассчитывается на основе разницы между себестоимостью и выручкой от реализации транспортных услуг.

Для железнодорожных, автотранспортных и иных транспортных предприятий характерна коллективная форма бизнеса. Наиболее распространенными формами предпринимательства в транспортном секторе сферы туризма являются общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества открытого и закрытого типа. Выбор организационно-правовой формы обоснован прежде всего целями бизнеса и сектором рынка.

Ситуацию на рынке транспортных услуг можно охарактеризовать как неблагоприятную для развития туризма. Основным негативным фактором на рынке транспортных путешествий является то, что в России на законодательном уровне не урегулированы в достаточной мере взаимоотношения туроператора с транспортными компаниями, а нормы международного туристского транспортного права вступают в противоречия с национальными правовыми актами, тем самым ущемляются права российских туристов.

Страхование туристов — предпринимательская деятельность, осуществляемая с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в обеспечении безопасности жизни и имущества. Согласно Федеральному закону Об основах туристской деятельности в Российской Федерации от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ основной формой обеспечения безопасности туристов при временном пребывании за рубежом является страхование. Поэтому услуги страхования — это обязательный элемент в технологии туристского обслуживания.

Страхование относится к сфере финансов. В данной области создаются и реализуются туристам услуги страхования. Прибыль в системе страхования рассчитывается на основе разницы между себестоимостью и выручкой от реализации услуг страхования.

Для страховых компаний характерна коллективная форма бизнеса. Наиболее распространенными формами предпринимательства в страховании являются общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества открытого и закрытого типа.

На современном этапе в России для страхования характерны высокие темпы роста. Расширяется ассортимент услуг страхования, повышается качество обслуживания.

Обучение туристов — предпринимательская деятельность, осуществляемая с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в услугах образования. Образование — одна из самых молодых составляющих социально-культурного сервиса и туризма, развитию которой способствует расширение международных связей и обменов.

Образование относится к производственной сфере бизнеса. В данной области создаются и реализуются туристам услуги образования (лингвистические услуги, умения в области дайвинга и др.). Прибыль здесь рассчитывается на основе разницы между себестоимостью и выручкой от реализации образовательных услуг.

Для учреждений обучения туристов характерна коллективная форма бизнеса. Наиболее распространенными формами предпринимательства являются государственные и муниципальные учреждения. Ситуацию на рынке образовательных услуг можно охарактеризовать как благоприятную для развития сферы туризма. Рынок образования представлен в России большим количеством учреждений различного профиля. Спектр образовательных услуг также достаточно обширен.

Восстановление здоровья туристов (курортное дело) — предпринимательская деятельность, осуществляемая с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в оздоровительных услугах. Профилактика заболеваний и восстановление физических, интеллектуальных и эмоциональных сил человека - следующая составляющая сферы туризма. Восстановление здоровья туристов базируется на использовании природных лечебных ресурсов в курортных зонах.

Здравоохранение в туризме относится к производственной сфере бизнеса: здесь создаются и реализуются туристам оздоровительные услуги (грязелечение, массаж, физиотерапия и др.). Прибыль рассчитывается на основе разницы между себестоимостью и выручкой от реализации оздоровительных услуг,

Для учреждений здравоохранения в сфере сервиса и туризма санаториев, профилакториев, пансионатов — характерна коллектив нал форма бизнеса. Наиболее распространенными формами предпринимательства являются акционерные общества открытого.

В настоящее время в стране развиваются курорты и курортное дело. На это существует ряд причин: доступность курортных услуг по цене, обширные климатические, культурные и исторические богатства, большое количество мест для развлечения и лечения.

Экскурсионное обслуживание туристов — предпринимательская деятельность, осуществляемая с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в экскурсионных услугах. Экскурсионное обслуживание является частью комплексной туристской услуги. Экскурсия — форма познания и расширения кругозора путем посещения достопримечательных объектов.

Экскурсионное обслуживание относится к производственной сфере бизнеса, здесь создаются и реализуются туристам экскурсионные услуги. Прибыль рассчитывается на основе разницы между себестоимостью и выручкой от реализации экскурсионных услуг.

Экскурсионные учреждения в чистом виде создаются крайне редко. Наиболее часто экскурсионные услуги предоставляются туристам в комплексе с другими видами обслуживания в рамках деятельности туроператоров или турагентств. Это обусловлено низкой стоимостью экскурсионных услуг, что предопределяет целесообразность рассматривать их как дополнительное обслуживание.

В настоящее время экскурсионное дело интенсивно развивается в нашей стране. Это вызвано развитием внутреннего и въездного туризма. Создаются новые маршруты, растет спрос на познавательные туры, появляются новые программы экскурсионного обслуживания. Следует отметить некоторое развитие методической и технической базы экскурсионного дела: применяются новые приемы и способы ведения экскурсий, совершенствуется техническое обслуживание экскурсионной деятельности.

Организация досуга туристов — предпринимательская деятельность, осуществляемая с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в развлечениях. Туризм и досуг — два неразрывно связанных понятия. Индустрия развлечений относительно молодой и интенсивно развивающийся элемент социально-культурного сервиса и туризма. Индустрия досуга формирует личные и общественные потребности, выполняет функции воспитания, обучения, повышения культурно-образовательного уровня и организации отдыха людей.

Организация досуга относится к производственной сфере бизнеса. В данной области создаются и реализуются туристам услуги развлечения (участие в аттракционах, просмотр кинофильмов и др.). Прибыль рассчитывается на основе разницы между себестоимостью и выручкой от реализации услуг развлечения.

Для учреждений досуга (цирков, зоопарков и др.) характерна коллективная форма бизнеса.

Глава 2. Анализ развития малого бизнеса в сфере туризма

Алтай – удивительный регион. Это прекрасное место для туризма и активного отдыха. Алтай многолик, разнообразен и восхитительно красив - настолько, что может удовлетворить вкус самого притязательного путешественника и любителя туризма.

2.1 Алтайский край

Алтайский край — субъект Российской Федерации, входит в состав Сибирского федерального округа. Образован 28 сентября 1937 года. Население края составляет 2 496,8 тыс. человек. Административный центр — г. Барнаул. Регион граничит на юге и западе с Восточно-Казахстанской и Павлодарской областями Казахстана, на севере и северо-востоке — с Новосибирской и Кемеровской областями, на юго-востоке — с Республикой Алтай. Алтайский край находится в часовом поясе, обозначаемом по международному стандарту как Omsk Time Zone (OMST/OMSST). Относительно Московского времени часовой пояс имеет постоянное смещение +3 часа и обозначается в России соответственно как MSK+3. Омское время отличается от поясного времени на один час, так как на территории России действует декретное время.

Климат Алтайского края умеренный, переходный к континентальному, среднегодовые температуры — положительные, 0,5-2,1°С. Средние максимальные температуры июля +26...+28°С, экстремальные достигают +40...+42°С. Средние минимальные температуры января −20...−24 °C, абсолютный зимний минимум −50...−55 °C. Безморозный период продолжается около 120 дней.

Алтайский край расположен в Южной Сибири, на границе двух обширных географических стран: Западно-Сибирской равнины и Алтайских гор. Его территория делится рекой Обь на восточную (предгорья и склоны Салаирского кряжа) и западную (Кулундинская равнина, Приобское плато) части. На юго-востоке — отроги Алтая высотой до 2421 м.

Днем рождения алтайского туризма считается 26 июля 1914 г., когда братья Троновы покорили гору Белуху.

Государственное регулирование регионального туризма осуществляет Главное управление экономики и инвестиций администрации Алтайского края. Общественным регулированием туристской деятельности занимается Алтайская региональная ассоциация туризма (АРАТ), созданная в 1995 г. АРАТ включает в себя 18 туристских фирм Барнаула, страховую компанию, санаторий «Рассветы над Бией», кафедру рекреационной географии Алтайского государственного университета. Основные цели Ассоциации — координация действий на туристском рынке, совершенствование работы организаций, связанных с туризмом, повышение качества обслуживания туристов, защита интересов членов АРАТ.

Законодательная база алтайского туризма включает постановление главы администрации Алтайского края «О развитии туризма и лечебно-оздоровительного отдыха в Алтайском районе» (2002 г.) и др.

Туристическая деятельность осуществляется в крае 121 фирмой на основании лицензий на право ведения турагентской и туроператорской деятельности.

Следует отметить, что несмотря на достаточно динамичный рост количества турфирм, не все из них реально осуществляют туристическую деятельность. В статистическое наблюдение вошли сведения только по 56 туристическим фирмам.

Выручка от оказания туристических услуг составила 29 млн. рублей. Необходимо отметить, что непосредственно в туристической деятельности (туроператорской, турагентской) формируется не более 10% общей (валовой) выручки, получаемой дестинацией (место приема туристов) от туриндустрии. Остальные 90 % приходятся на объекты инфраструктуры туризма.

По данным Главэкономики в крае функционирует около 60 в различных районах края туристических баз.

В соответствии с экспертной оценкой в течение года количество туристов и отдыхающих в Алтайском крае составляет более 500 тыс. человек в год, однако, по данным официальной статистики число лиц, пребывавших в коллективных средствах размещения, составило 384,3 тыс. человек.

Всего в 2009 году в крае функционировало 156 коллективных средств размещения, из них 8 – принадлежащих индивидуальным предпринимателям. Из общего числа организаций коллективного размещения 87 – общего назначения (гостиницы, пансионаты гостиничного типа, общежития для приезжих и другие), 69 – специального назначения (санаторно-курортные организации, организации отдыха, туристические базы).

Коллективные средства размещения занимают 4710,3 тыс.кв. метров земельной площади, из нее 297,9 – под строениями, 2189,9 – под парками и зонами отдыха. Общая площадь строений 499,2 тыс. кв. метров, в расчете на одну организацию – 3199 кв. метров.

Среднесписочная численность работников коллективных средств размещения составила 7357 человек, в том числе 1326 – в организациях общего назначения, 6031 – специального назначения.

На производственных площадях коллективных средств размещения в 2009г. находилось 81 предприятие общественного питания (столовые, рестораны, кафе, бары) на 8032 мест. Их оборот в 2009 году – 600,8 млн. рублей, а за период 2007-2009 гг. – 1,6 млрд. рублей.

Инвестиции в основной капитал коллективных средств размещения в 2008-2009 гг. составили 225 млн. рублей, из них 207,7 млн. рублей, или 92,3% - в основной капитал коллективных средств размещения специального назначения.

Из общего дохода коллективных средств размещения в 2009 году 226,3 млн. рублей получено от продажи номеров, 1924,2 млн. рублей – от реализации путевок, 56,5 млн. рублей – от дополнительных услуг, не входящих в стоимость путевки. Всего доход коллективных средств размещения в 2009 году составил более 2,3 млрд. рублей.

Следует отметить, что рекреационное освоение территории края происходит неравномерно. Туристско-рекреационная нагрузка для одних территорий становится чрезмерной, а другие – осваиваются медленно. Перспективными с точки зрения туристического освоения являются Чарышский, Краснощековский, Солонешенский, Змеиногорский, Курьинский районы, г. Змеиногорск, но цивилизованный туризм не получил там пока должного развития. Одной из основных причин является недостаточная развитость инфраструктуры: объектов дорожного и коммунального хозяйства, энергетики, связи. Существуют проблемы с обновлением автобусного парка. Настала необходимость не только реанимации аэропорта г. Бийска, но и перевода его работы на качественно новый уровень.

Наиболее развит туризм на территории Алтайского района, где по данным анкетирования сезона 2009 года действовало 42 объекта туризма и отдыха (3781 место) на левобережье реки Катуни и у озера Ая. По информации государственного пожарного надзора МЧС РФ в частных домовладениях отдыхало одновременно около 2,5 тыс. человек. В совокупности, без учета отдыхающих в палатках, с 20 июня по 20 августа ежедневно пребывает на отдыхе более 6 тыс. человек. За сезон в районе побывало около 250 тыс. человек, в том числе в Бирюзовой Катуни - 75 тыс.

По расчетным данным в пик сезона ежедневный объем предоставляемых услуг (гостиничные, питание, экскурсионные, сплавы, прокат, платные стоянки, игорный бизнес, розничная торговля и др.) составляет 6-8 млн.рублей. За летний сезон оборот туристических и других услуг – около 500 млн.рублей.

Благодаря развитию отрасли значительно возросли объемы затрат на строительство и ремонт дорог (более 40 млн. рублей - за 2006-2009 годы). Сдан в эксплуатацию оптико-волоконный кабель цифровой связи, расширена телефонная сеть. Общий объем частных инвестиций в сферу туризма и спортивно-оздоровительного отдыха в районе составил около 1 млрд. рублей.

Растет и развивается курорт Белокуриха. В 2009 году курорт принял около 1800 иностранцев. В пансионатах, санаториях и профилакториях предлагается более 3600 мест единовременного размещения. Санаторно-оздоровительный комплекс в последние годы демонстрирует высокие темпы роста объема оказываемых платных услуг населению (127,3% - в 2008 г., 132,2% - в 2009г.).

Для развития туристической отрасли первостепенное значение имеет привлечение инвестиций. Исследуя общую инвестиционную привлекательность, эксперты рейтингового агентства «Эксперт» (г.Москва), каждый год готовят рейтинг российских регионов.

Согласно оценке специалистов указанного агентства в 2009 году среди всех регионов Российской Федерации Алтайский край занимал 19 место по уровню туристического потенциала и лидирует среди регионов Сибирского федерального округа. Данная оценка подтверждает конкурентные преимущества Алтайского края в сфере туристско-экскурсионных услуг, которые необходимо эффективно использовать с целью повышения уровня социально-экономического развития региона и уровня жизни его населения.

Инвестиционный климат в Алтайском крае в настоящий момент можно назвать благоприятным. В 2009 году в туристическую отрасль края вовлечено 100 млн. рублей частных инвестиций. Осуществляется подготовка к реализации 11 инвестиционных проектов с предполагаемым на текущий год объемом вложений в 700 млн. рублей. Следует отметить, что туристические фирмы в основном являются малыми предприятиями и испытывают определенные финансовые трудности. Поскольку туроператорские организации Алтая занимаются внутренним и въездным туризмом, это определяет ярко выраженную сезонность работы.

Наиболее масштабный инвестиционный проект, осуществленный на территории Алтайского края, – это строительство туристического комплекса «Бирюзовая Катунь», организатором которого является ООО «Алтай-Известь». «Бирюзовая Катунь» — одна из семи особых туристско-рекреационных зон России. В комплекс площадью 3380 га входят пастбища, леса и горы.

Сегодня существует целый ряд факторов, обуславливающих необходимость государственной поддержки и регулирования сферы туризма в Алтайском крае:

* перспективность сферы туризма для экономики края;
* необходимость вывода деятельности туристических фирм и средств размещения из теневого сектора экономики;
* неравномерность и стихийность туристско-рекреационного освоения территории;
* недостаточная развитость инфраструктуры.

В Стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 г. определены первоочередные действия по развитию спортивно-оздоровительного туризма. Развитие туризма определено и в приоритетных направлениях развития на среднесрочную перспективу. Цель на 2010-2012 гг. – формирование современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей как российских, так и иностранных граждан в туристических услугах. Сектор туризма должен стать уже в среднесрочной перспективе серьезным источником доходной части бюджета края.

Администрация Алтайского края активно проводит политику развития территорий, обладающих наиболее богатым туристическим потенциалом, и поддержки инициативы органов местного самоуправления. В области туризма выполнен ряд научно–исследовательских работ, связанных с обоснованием формирования туристско–рекреационных зон в предгорных и горных районах края. В частности, подготовлено экологическое обоснование организации туристско–рекреационной деятельности в районе Горной Колывани и левобережья реки Катуни на территории Алтайского района, разработана схема территориального планирования части территории Чарышского района. Намечено и определено финансирование работ по планированию туристско–рекреационного освоения долины реки Ануй Солонешенского района.

В схемах, разрабатываемых учеными по заказу Администрации Алтайского края, заранее определяются участки для строительства, допустимая рекреационная нагрузка, проводится экологическая экспертиза, что является средством привлечения потенциальных инвесторов к строительству туристических объектов, т.к. для них значительно упрощается процедура согласования документов. Кроме того, на основе схемы разрабатывается план развития инфраструктуры территории. Таким образом, осуществляется партнерство государства, бизнеса и науки, создаются условия для развития туризма в условиях сохранения окружающей природной среды.

Формирование современного туристско-рекреационного комплекса края позволит не только сделать качественный скачок в развитии отрасли, но и решит многие другие социально-экономические задачи. Существенно увеличится ВРП региона и его экономический потенциал.

Вклад отрасли в валовой региональный продукт только по профильному виду деятельности (оказанию туристических услуг) за 2006-2009 годы вырос более чем в 5 раз. Доля туристических услуг в ВРП края составила 1,3% к 2010 году.

Рост валового регионального продукта края с учетом вклада индустрии туризма и оздоровления рассчитан исходя из опережающего роста темпом не менее 9-12% в год нескольких секторов экономики края, оказывающих услуги: туристические, строительные, транспортные, торговые, по обеспечению функционирования рынка и других. Соответственно, за 5 лет это изменит общую структуру экономики края.

Развитие туристического потенциала экономики позволит увеличить в целом ее конкурентоспособность, что не только приведет к улучшению баланса денежных потоков Алтайского края, но и будет способствовать увеличению оборота денежных средств.

# 2.2 Республика Алтай

Республика Алтай — республика в составе Российской Федерации, субъект Российской Федерации, входит в состав Сибирского федерального округа. Столица — г. Горно-Алтайск.

Граничит с Республиками Тыва и Хакасия, Алтайским краем и Кемеровской областью, а также Китаем, Монголией и Казахстаном.

Республика образована 1 июня 1922 года. На 1 января 2009 года численность населения Республики Алтай составляла 209 207 человек.

Республика Алтай находится в часовом поясе, обозначаемом по международному стандарту как Omsk Time Zone (OMST/OMSST). Относительно Московского времени часовой пояс имеет постоянное смещение +3 часа и обозначается в России соответственно как MSK+3.

Республика Алтай находится в самом центре Азии на стыке сибирской тайги, степей и полупустынь. Эта самая высокогорная территория Сибири имеет чрезвычайно живописные ландшафты. Простираясь более чем на 350 км с севера на юг и 400 км с востока на запад, она с низкой горной зоны переходит в высокогорную. Высота отдельных вершин превышает 4 тыс. м над уровнем моря.

В 2009 году Республику Алтай впервые посетили более 1 миллиона туристов. Предприятия туриндустрии в 2009 году демонстрировали положительную динамику по основным показателям. 558 предприятий оказывали туристские услуги в 2009 году (в 2008 г. - 514). Общее количество действующих туробъектов достигло 183, в 2009 году появилось 7 новых туробъектов, два из которых - повышенной степени комфортности. Уже действующие туробъекты значительно расширили свой номерной фонд за счет комфортабельных мест размещения. Общее количество мест размещения достигло 8500 (8150 в 2008), из которых порядка 3100 (2305 в 2008) круглогодичного действия. Увеличилось количество сельских домов, принимающих туристов (более 315 домовладений).

По данным Государственной инспекции по маломерным судам, не менее 200 рафтов и 140 моторных маломерных судов в летний период используется при организации водных путешествий и экскурсий. Зарегистрировано 42 новых туристических маршрута.

Без учета реализации крупномасштабных инвестиционных проектов инвестиции в основной капитал действующих предприятий составили порядка 400 млн. руб. В сфере оказания туристских услуг в 2008 г. было занято не менее 4500 человек.

Минимальный оборот рынка туристических услуг составил порядка 1,4 млрд. руб., или около 10% валового регионального продукта.

Прямые налоговые поступления, арендные платежи за использование участков лесного фонда, земель муниципальных образований в рекреационных целях составили более 80 млн. руб. В рамках исполнения плана законотворческой деятельности после широкого обсуждения принят Закон "О туризме в Республике Алтай", ряд других нормативных актов.

Туристический сезон 2009 года имел ряд отличительных особенностей от предшествующих. Транспортный поток из других регионов увеличился в 1,5 раза в сравнении с аналогичным периодом 2008 года (390 тыс. единиц в 2009 году против 260 тыс. в 2008). Вместе с тем, изменилась структура транспортного потока в сторону уменьшения в два, а по направлению Майма – Чемал и в три раза рейсов, выполненных предприятиями, специализирующимися на организованной транспортной доставке туристов (туристическими автобусами и микроавтобусами) на туробъекты. Необходимо отметить, что до 80% организованных туристов в предшествующие сезоны доставлялись на территорию Республики именно автобусами и микроавтобусами. Количество туристических групп, зарегистрированных в поисково-спасательном подразделении РА увеличилось на 9% (398 в 2009 году против 366 в 2008), но общее количество туристов в их составе уменьшилось на 4% (3480 в 2009 году против 3611 в 2008). На 16% (5051 в 2009 году против 6021 в 2008) снизилось количество иностранных граждан посетивших Республику с целями не связанными с занятием трудовой деятельностью, эти показатели можно считать позитивнее ожидаемых, так как основной поток иностранных туристов в 2008 году был связан с солнечным затмением, которое можно было наблюдать на Алтае. Посещаемость наиболее популярных объектов экскурсионного показа осталась на уровне 2008 года, например количество посещений водопада Корбу в 2009 году 27 тысяч человек в 2008 году 26 тыс. человек. Благодаря своевременному рассмотрению на «Межведомственной комиссии по преодолению административных барьеров в предпринимательстве» вопроса о выдаче разрешений на пребывание в пограничной зоне и достигнутому в ходе рассмотрения понимания между руководством пограничного Управления и руководителями турпредприятий, удалось снять напряженность в данном вопросе, возникшую после вступление в действие приказа увеличивающего срок рассмотрения заявлений о выдаче разрешений для российских и иностранных граждан. В итоге количество выданных разрешений на посещение пограничной зоны в Усть - Коксинском районе за девять месяцев текущего года в сравнении с аналогичным периодом 2008 года увеличилось на 25% (11957 в 2009 году против 9550 в 2008 году), пограничной зоны в Кош-Агачском районе на 31% (5381 в 2009 году против 4115 в 2008 году).

Показатели загрузки туробъектов в течении турсезона были различны. Если турпредприятия, отказавшиеся от значительного увеличения стоимости основных услуг, сохранили загрузку туробъектов в течение всего сезона на уровне 2008 года, порядка 80%, то туробъекты поднявшие цены на 20 – 40% от уровня 2008 года имели среднюю загрузку 50% и ниже. Практически все туристические объекты отказались от продажи многодневных программ, в 2008 году такие программы превышали половину объемов продаж. Более чем в два раза сократились показатели времени среднего пребывания туристов на территории Республики, если в 2008 году он был 7,8 суток, то в сезоне 2009 года - 3,5 суток, то есть туризм стал иметь ярко выраженный характер отдыха в выходные дни.

Таким образом, несмотря на сохранившийся уровень количества туристических посещений, в туристическом сезоне 2009 года произошел значительный, порядка 30%, рост потока неорганизованных туристов на территорию Республики Алтай. Данный процесс был во многом прогнозируемым. В марте текущего года было принято Постановление Правительства Республики Алтай «О порядке организации специализированных площадок отдыха (Караван-парков) для неорганизованных туристов в Республике Алтай», была проведена разъяснительная работа с администрациями муниципальных образований, турпредприятиями, предусмотрены меры государственной поддержки с целью создания подобных площадок на территориях муниципальных образований. На сегодняшний день пяти площадкам присвоен статус «Караван-парк Республики Алтай», двум в Чемальском районе, по одной в Майминском, Турачакском и Онгудайском районах.

Несмотря на экономическую ситуация туристическая отрасль Республики Алтай продолжает развиваться. На 25% увеличились поступления от аренды земель муниципальных образований и земель лесного фонда, предоставленных в рекреационных целях (27 млн. руб. в 2009 году против 21,6 млн. руб. в 2008). Прямые налоговые поступления от деятельности налогоплательщиков, оказывающих туристические услуги за девять месяцев текущего года выросли относительно аналогичных показателей 2008 года на 55% (37,6 млн. руб. в 2009 году против 24,2 млн. руб. в 2008). Поступившие налоги распределились следующим образом: в федеральный бюджет 3,07 млн. руб. (8,2%), в республиканский бюджет 6,76 млн. руб. (18%), в местные бюджеты 14,54 млн. руб. (38,7%), во внебюджетные фонды 13,26 млн. руб. (35,3%).

В рамках реализации республиканской целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Республике Алтай на 2008 – 2010 годы» по мероприятию «субсидирование части процентной ставки по кредитам, полученным в российских кредитных организациях» за 9 месяцев текущего года Министерством оказана поддержка 29 турпредприятиям на сумму 3 млн. руб., благодаря этому в экономику Республики привлечено около 50 млн. руб. кредитных ресурсов. По мероприятию «предоставление субсидий на грантовую поддержку проектов, направленных на развитие предпринимательской деятельности» оказана поддержка 5 предприятиям на сумму 1,5 млн. руб., все проекты признаны приоритетными и направлены на создание специализированных площадок отдыха для неорганизованных туристов.

В рамках исполнения реестра субсидирования части процентной ставки по кредитам, полученным в российских кредитных организациях за счет средств республиканского бюджета инвестиционный проект регионального значения Республики Алтай - строительства горнолыжного комплекса «Манжерок» профинансирован в текущем году на сумму 74 млн. 409 тыс. руб. Начало работы горнолыжных трасс комплекса «Манжерок» запланировано на конец текущего года.

Рассматриваются варианты государственной поддержки горнолыжного комплекса «Артыбаш» в районе Телецкого озера, активное строительство инфраструктуры которого осуществляется с 2008 года.

В рамках реализации мероприятий, предусмотренных республиканской целевой программой «Развитие туризма и рекреации в Республике Алтай на 2008 – 2010 годы» и ведомственной целевой программы «Территориальная организация и развитие массового отдыха и туризма в Республике Алтай» (на 2007-2009 г.г.)», направленных на развитие событийного туризма Министерством оказана поддержка в проведении фестиваля бардовской песни «Золотая песня Золотого озера», традиционного слета туристов-водников Сибири на р. Сема, Кубка России по рафтингу «Ак Талай Маргаан – Кубок Катуни 2009», подготовлен и проведен первый межрегиональный туристский фестиваль молодежи и студентов. С целью развития зимних видов отдыха Министерство ежегодно поддерживает проведение Республиканского фестиваля снегоходного туризма «Телецкое снежное ралли».

В рамках реализации программных мероприятий направленных на формирование привлекательного имиджа Республики Алтай опубликованы статьи о туристическом потенциале и инвестиционной привлекательности Республики Алтай в российских и региональных изданиях, среди которых: «Москва сегодня и завтра», «Турбизнес», «Туризм. Практика. Перспектива», «Предпринимательство в событиях и лицах», «Отдых в России» и других. Министерство второй год выпускает информационно-познавательную газету «КиТ на Алтае (культура и туризм)», в 2009 году издана по заказу Министерства книга «Республика Алтай. Потенциал природы, истории культуры, туризма».

В рамках реализации программных мероприятий направленных на продвижение туристического продукта Республики Алтай Министерство совместно с турпредприятиями представило экспозицию Республики Алтай на трех крупнейших международных туристических выставках проводимых в Российской Федерации «Интурмаркет», «MITF-2009» и «Турсиб- 2009» и одной в Берлине ITB. По результатам участия в выставке «Интурмаркет» Министерство туризма и предпринимательства Республики Алтай награждено дипломом «За вклад в развитие въездного и внутреннего туризма». По итогам участия в выставке «Турсиб - 2009» Министерство туризма и предпринимательства стало победителем в Конкурсе на Большую Золотую медаль в номинации «Лучшая организация по продвижению регионального турпродукта» - самой высокой награды выставки.

В целом по итогам деятельности направленной на продвижение туристского продукта Республики Алтай Министерство туризма и предпринимательства Республики Алтай стало лауреатом Национальной туристской премии им. Сенкевича в номинации «За активное продвижение туристских ресурсов регионов России».

Глава 3. Основные условия устойчивого развития предпринимательства в сфере туризма

Развитие предпринимательства в сфере туризма сопряжено с общими условиями развития предпринимательства в России.

Стало распространенным положение о том, что развитие туризма на региональном и муниципальном уровнях весьма перспективно, поскольку развитый туризм благодаря большому потоку туристов обеспечивает местности, прежде всего, доход, а также расширение занятости. Возможности устойчивого развития туристской отрасли на муниципальном уровне базируются на двух предпосылках:

* наличие уникального туристского ресурса, притягивающего клиентов;
* присутствие существенного потенциала потребителей туристских услуг, который может привести к возникновению больших потоков туристов.

Выход на траекторию устойчивого развития предпринимательства в сфере туризма связан с рядом условий. Во-первых, необходимо создание благоприятной предпринимательской среды. Это важнейшая инициатива, которую может предпринять любая территория в целях устойчивого развития туризма, но это предполагает адекватное представление о причинах, сдерживающих развитие предпринимательства. Поэтому целесообразно специальное исследование данной проблемы (например, организация экспертного опроса предпринимателей). Органы местного самоуправления обладают статусными возможностями для содействия развитию предпринимательства, но осуществление управленческих воздействий может быть целесообразным только на основе объективной информации. Одним из инструментов формирования хозяйственной политики местного самоуправления в сфере туризма может стать постоянно действующий координационный совет по развитию и поддержке предпринимательства при главе (заместителе главы) администрации территории. Непосредственный контакт с лицами, которые на практике реализуют политику развития предпринимательства и от кого зависит ее осуществление, позволяет оперативно решать местные проблемы, выявлять позитивные и негативные процессы, эффективно формировать региональную и местную политику устойчивого развития туризма. Особую значимость имеет активная позиция местной администрации, которая особое внимание уделяет малому бизнесу, поскольку возможности для его функционирования являются базовым элементом устойчивого развития сферы туризма.

Местная администрация должна осуществлять следующие действия:

1. Разработать стратегию развития территории с выделением конкурентных преимуществ и учетом предпринимательских инициатив.
2. Выявить выгоды для населения, действующих и потенциальных предпринимателей, а также общественных организаций от реализации программных мероприятий.
3. Обеспечить на местном уровне широкую общественную поддержку стратегии со стороны разнообразных структур, что позволит, в частности, выявить «узкие места», а также привлечь предпринимателей к их ликвидации.
4. Сформировать культуру сотрудничества, способствующую развитию организационного потенциала территории.
5. Лоббирование предпринимательской инициативы, соответствующей стратегии развития территории.

Во-вторых, важнейшим условием устойчивого развития предпринимательства в сфере туризма является наличие инициативных людей, которые могут открыть и развить свое дело. К таковым относятся действующие и потенциальные предприниматели, а также профессионалы и менеджеры, которые помогают становлению новых фирм.

В-третьих, условием устойчивого развития предпринимательства является наличие соответствующего кадрового потенциала. В связи с этим задачей местных органов власти выступает осуществление различных действий, формирующих интерес к предпринимательству и занятости в сфере туризма.

В-четвертых, важным условием устойчивого развития предпринимательства можно рассматривать наличие информации и знаний об имеющихся возможностях туристского освоения территорий и осуществление широкой информационной поддержки предпринимательства со стороны органов местного самоуправления.

В-пятых, важнейшим активом формирования устойчивого развития предпринимательства можно рассматривать местные источники инноваций. В связи с этим актуальным является формирование банка инновационных идей и разработка программ использования местных инноваций на муниципальном уровне.

В-шестых, формирование устойчивого развития предпринимательства связано со способностью местных органов власти объединять разнообразные источники финансирования и осуществлять поддержку предпринимательских инициатив.

В-седьмых, устойчивое развитие предпринимательской среды предполагает наличие соответствующей культурной атмосферы, которая выражается в дружеском сотрудничестве, взаимопомощи, наличии позитивного имиджа, доброго отношения местного населения к деятельности предпринимателей. Роль местных органов власти в данном случае проявляется в поддержке и пропаганде меценатства и благотворительности.

Устойчивое развитие предпринимательской среды в сфере туризма предполагает разработку общей политики на уровне всех муниципальных образований, вовлеченных в туристское обслуживание, что означает необходимость установления рациональных межмуниципальных отношений по обслуживанию клиента-туриста. Существующие экологические ограничения на наиболее привлекательных для туристов территориях не позволяют организовать длительное пребывание здесь больших туристских потоков, что снижает доходность этой сферы бизнеса. В настоящее время нельзя говорить об устойчивом развитии предпринимательства в сфере туризма и самих территорий. Поскольку существует Ограниченная диверсификация видов туристской деятельности в муниципалитетах с особыми природоохранными требованиями, то предприниматели в сфере туризма используют наиболее доступный способ получения доходов - неразумное расширение сроков пребывания туристов на данной территории, происходит локализация турпотоков.

Для решения проблемы обеспечения устойчивого развития предпринимательства в сфере туризма установление партнерских межмуниципальных отношений - весьма важная, хотя и очень сложная, стратегическая задача, что наиболее актуально для туристских территорий, на которых действуют экологические ограничения ведения хозяйственной деятельности.

Для системного развития малого бизнеса в сфере туризма должна быть разработана комплексная инновационная программа, которая предполагает реализацию следующих мер:

* подготовка и формирование программных мероприятий содействия развитию предпринимательства в сфере туризма и гостеприимства;
* обеспечение государственной поддержки развития отрасли;
* формирование соответствующего инвестиционного портфеля, в том числе преимущественная инвестиционная поддержка субъектов малого бизнеса, обеспечивающих международный уровень охраны окружающей среды при создании объектов туристической индустрии;
* законодательное обеспечение развития туризма, включая вопросы аренды и собственности на земли, на которых расположены туристические объекты, объекты инфраструктуры туризма и гостеприимства;
* определение туристического потенциала региона, включая природные, исторические, этнографические, курортные, религиозные, ботанические, геологические и другие виды туристических объектов, в целях издания туристического атласа региона;
* создание общественных объединений, действующих в разных направлениях туризма и гостеприимства: строительстве, придорожном сервисе, агротуризме, школьном познавательном и спортивном туризме, туризме с применением сложных технических средств, в целях разработки перспективных планов развития туризма и взаимодействия с органами государственной власти;
* создание информационных продуктов, направленных на формирование имиджа региона как многофункционального туристического центра;
* подготовка соответствующей рекламной продукции.

Основой для решения указанных задач должны стать:

* экономический и социально-исторический анализ проблем, перспектив и путей развития отрасли во взаимодействии с перспективами развития Российской Федерации в целом и регионов;
* оценка культурно-исторического потенциала региона, анализ путей и способов его сохранения и использования;
* антропологическое (социально-этнографическое) исследование населения региона;
* разработка и принятие программы природоохранных мероприятий;
* разработка технико-экономического обоснования создания особых экономических зон в сфере туризма региона;
* экономическая оценка затрат и результатов, связанных с реализацией задачи инфраструктурного насыщения туристских маршрутов;
* инвентаризация производственных мощностей промышленных предприятий в целях организации на кооперационной основе отечественного производства оборудования, инвентаря и снаряжения для туристской сферы.

Заключение

Сегодня мы воспринимаем туризм как самый массовый феномен XX столетия, как одно из самых ярких явлений нашего времени, которое реально проникает во все сферы нашей жизни и изменяет окружающий мир и ландшафт. Туризм стал одним из важнейших факторов экономики, поэтому мы рассматриваем его не просто как поездку или отдых. Туризм – это сложная социально-экономическая система, которая постоянно совершенствуется. Если говорить о туризме как сфере экономической деятельности – это производство, реализация туристических услуг и товаров различными организациями, располагающими такими ресурсами.

Значительное место в туристическом продукте занимают рекреационные ресурсы – ландшафт, климат, флора, фауна. Наличие уникальных природных, исторических объектов в туристическом продукте гарантирует ему конкурентоспособность.

Туризм способен внести значительный вклад в развитие края не только за счёт собственного развития, но и путём оказания мощного стимулирующего воздействия практически на все отрасли экономики: промышленность, строительство, транспорт, сельское хозяйство, бытовое обслуживание и т.д.

Однако местные власти не располагают сегодня достаточной материально-технической базой и не имеют практических механизмов управления экономическими и социальными процессами. Это в полной мере относится и к сфере туризма на Алтае, успешное развитие которой возможно только на основе применения соответствующих принципов, методов и форм управления.

Важной особенностью современного этапа развития туризма и изменения его организационных форм является проникновение в туристский бизнес транспортных, торговых, промышленных банковских, страховых и других компаний.

Таким образом, цели и задачи курсовой работы выполнены.

Список литературы

1. <http://ak.gks.ru/default.aspx>
2. http://mintur.altai-republic.ru/
3. <http://okved.pbnet.ru/>
4. http://www.altairegion22.ru/
5. <http://www.altai-republic.com/>
6. <http://www.minregion.ru/>
7. <http://www.russiatourism.ru/>
8. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон Российской Федерации. – М: Академия, 2005. – 46с.
9. Баженова, Е.Ю. Регионоведение: учебное пособие для вузов / Е.Ю. Баженова, В.М. Белоусов.- М.: Юрайт, 2007.- 488с.
10. Боголюбов, В.С. Экономика туризма: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / В.С. Боголюбов. – М.: Академия, 2005. – 192с.
11. Дмитриев, М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 399с.
12. Закорин, С.Д. Все деньги будут в гости к нам / С.Д. Закорин. // Российское предпринимательство. - 2006. – №2 – С.32.
13. Здоров, А.Б. Экономика туризма / А.Б. Здоров. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 272с.
14. Крутик, А.Б. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / А.Б. Крутик, М.В. Решетова. – М.: Академия, 2010.- 224с.
15. Кусков, А.С. Основы туризма / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. - М.: Кнорус, 2009.- 230с.
16. Кусков, А.С. Туристский бизнес: словарь справочник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. - М.: Форум, 2008.- 384с.
17. Морозов, М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М.А.Морозов. - М.: Академия, 2007.- 288с.
18. Наумова, С.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / С.А. Наумова. - М.: ТПУ, 2003.- 127с.
19. Севастьянова, С.А. Региональное планирование развития гостиничного хозяйства и туризма / С.А.Севастьянова. - М: КноРус, 2007.- 256с.
20. Чудновский, А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство / А.Д. Чудновский. – СПб.: ЮРКНИГА, 2005.- 336с.
21. Шматько, Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство / Л.П. Шматько, Л.В. Жолобова. – М.: Март, 2005.- 352с.
22. Эминова, Е.А. Малое предпринимательство как основа интеграции капитала / Е.А. Эминова. // Региональная экономика. - 2009. – №25. – С.65.