

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ТУВИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра экономики и менеджмента

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему: «Роль и задачи малого бизнеса в развитии внутреннего туризма
(на примере муниципального образования)»

Выпускная квалификационная работа
студента 5 курса 3-115-Ф группы
экономического факультета
специальности «Финансы и кредит»

**Шоолай Амыр-Санаа
Александровича**

(подпись студента)

Научный руководитель
д.э.н., профессор Севек В.К.

(Подпись науч.руководителя)

Рецензент

(должность, ученая степень, Ф.И.О.)

Работа допущена к защите

Зав. кафедрой 
(подпись)

к.э.н., доцент, Донгак Ч.Г..

«15» июня 2020 г.

Работа защищена в ГЭК «19» июня 2020 г.

с оценкой «удовлетворительно»

Председатель ГЭК

(подпись)

Члены ГЭК

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РОЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА РОССИИ	5
1.1. Экономическая характеристика туризма.....	5
1.2. Туриндустрия как одно из направлений экономики	13
1.3. Виды малого бизнеса в сфере туризма.....	19
1.4. Роль малого бизнеса в развитии туризма в России.....	22
Глава 2. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ (на примере г. Кызыла) и РЕСПУБЛИКИ ТЫВА	30
2.1. Развитие внутреннего туризма в муниципальном образовании (на примере г. Кызыла).....	30
2.2. Преимущества развития туризма в Республике Тыва.....	35
2.3. Основные направления внутреннего туризма в Республике Тыва, их характеристики.....	45
Глава 3. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ КАК СФЕРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	44
3.1. Направления туризма, которые могут развиваться при помощи малого предпринимательства	56
3.2. Проблемы кадрового обеспечения отрасли туризма.....	59
3.3. Факторы, препятствующие развитию отрасли туризма в Республике Тыва и пути их решения	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	68
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	71

ВВЕДЕНИЕ

Малый бизнес - один из важнейших элемент рыночной экономики. Малые предприятия влияют на темпы экономического роста, на структуру и качество национального валового продукта. К сожалению, уровень развития малого бизнеса в России заметно уступает уровню промышленно развитых стран и является недостаточным с точки зрения потребностей настоящего времени.

Значительная роль малых предприятий относится к сфере услуг, в частности к индустрии туризма, которая является реальной возможностью для развития малого предпринимательства, так как, данная сфера бизнеса, имеет огромный потенциал для привлечения предпринимательских ресурсов, не требует больших капиталовложений, как, например, предприятие промышленности, что обуславливает **актуальность исследования**.

Туризм – это важная отрасль экономики государства, которая обеспечивает население рабочими местами, приток валюты в страну, загрузку гостиничных комплексов, отельных зон и развлекательных центров, улучшение инфраструктуры и экономический рост в целом. Индустрия туризма основана на использовании и применении локальных туристических ресурсов, при которых вместе с предпринимателями и государство получает доход.

Туризм играет важную роль в решении экономических и социальных проблем, обеспечивая рост занятости экономически активного населения и повышение благосостояния нации, оказывает стимулирующее воздействие на развитие многих сопряженных сфер экономической деятельности, способствует социально-экономическому развитию страны.

Туризм должен стать локомотивом развития региона, связующим звеном между коммерческими интересами различных сфер бизнеса, приоритетами государственной политики и культурными потребностями общества.

Цель выпускной квалификационной работы – исследование роли малого бизнеса в развитии внутреннего туризма.

Для достижения поставленной цели сформулированы и решены следующие **задачи**:

- Раскрыта экономическая характеристика туризма;
 - Определена туристическая индустрия как одно из направлений экономики;
 - Изучены некоторые виды малого бизнеса в сфере туризма;
 - Выделена роль малого бизнеса в развитии туризма в России;
 - Исследовано развитие внутреннего туризма в Республике Тыва;
 - Разработаны направления туризма, которые могут развиваться при помощи малого предпринимательства
- Выявлены некоторые проблемы развития российских туристических фирм.

Объект исследования – туристическая индустрия в Республике Тыва.

Предметом исследования является механизм развития туризма как сферы малого предпринимательства.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РОЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА РОССИИ

1.1. Экономическая характеристика туризма

Туризм – явление многогранное, проявляющееся во многих формах, и в литературе встречается множество его определений. Точная формулировка этого понятия необходима для изучения и анализа феномена туризма, а также для сбора статистических данных и измерения феномена туризма [6, с. 103].

Одно из первоначальных определений туризма было дано профессорами Бернского университета Гунзикером и Крапфом и позже было принято Международной ассоциацией научных экспертов туризма. Ученые считают, что туризм можно определить как ряд явлений и взаимоотношений, возникающих в результате путешествия, пока оно не приводит к постоянному пребыванию и не связано с получением какой-либо выгоды (прибыли). Это определение не касается экскурсии, деловых путешествий, связанных с получением прибыли, даже когда прибыль не получена в стране пребывания.

Необходимо заметить, что трудно установить различия между деловыми путешествиями и теми, которые предпринимаются с целью развлечения, так как большинство путешествий являются комбинацией этих двух. Со временем базовая концепция туризма расширилась и стала включать в себя различные виды деловых путешествий, которые не приводят к постоянному пребыванию и, не связаны с извлечением прибыли в стране пребывания, т.е. их экономическое значение остается тем же [11, с. 91].

В современной научной отечественной и зарубежной литературе существует большое количество подходов к определению понятия туризма. Все их можно разделить на несколько групп в зависимости от той концепции, которая положена в основу определения туризма [14, с.121]. Итак, туризм – это:

- особая форма передвижения людей по маршруту с целью посещения конкретного объекта или удовлетворения специализированного интереса;

- движение (перемещение), нахождение вне постоянного места жительства и временное пребывание в объекте интереса (поездки);
- особая форма умственного и физического воспитания, реализуемая через его социально-гуманитарные функции (воспитательную, образовательную, оздоровительную и спортивную);
- популярная форма организации отдыха, проведения досуга;
- отрасль хозяйства по обслуживанию людей, находящихся временно вне места постоянного жительства (это так называемый промышленный подход в определении туризма);
- сегмент рынка, в котором сходятся предприятия традиционных отраслей хозяйства (транспорт, общественное питание, гостиничное хозяйство, культура, торговля и т.д.) с целью предложения своей продукции и услуг потребителям (это определение с точки зрения теории маркетинга).

В последнее время появилась точка зрения, выходящая за пределы традиционного представления о туризме как явлении, связанном исключительно с отдыхом [10, с. 71]. На конференции Всемирной туристской организации (ВТО) по статистике путешествий и туризма, проходившей в 1991 г. в Оттаве (Канада), в качестве основной концепции был выбран аспект спроса, и туризм получил такое определение: это деятельность лиц, путешествующих и осуществляющих пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, на период не более одного года подряд с целью отдыха, деловыми и прочими целями.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132-ФЗ, принятый 24 ноября 1996 г., определяет туризм как временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

Если попытаться охватить все многообразие туризма и то влияние, которое он оказывает на разные виды деятельности, легко понять, почему так трудно найти подходящее определение туризму. Недостатки в определении туризма связаны со специфичностью этой индустрии. Каждое данное определение основано на решении конкретных проблем туризма и связано с конкретной ситуацией.

Среди экономических характеристик туризма должны быть определены концептуально:

- туризм – результат передвижения людей к различным туристским пунктам назначения и их остановка там с целью удовлетворения туристских потребностей; различные формы туризма содержат два базовых элемента: путешествие (перемещение) в туристский пункт назначения и остановка в этом пункте назначения, которая включает в себя удовлетворение потребностей в размещении, питании и т.п.;
- путешествие означает выезд из страны (региона, места проживания), где турист постоянно проживает;
- движение туристов к туристским пунктам назначения является временным, что означает, что туристы вернутся к местам постоянного проживания через несколько дней, недель или месяцев;
- люди посещают туристские места с различными целями, но в их число не входят постоянное проживание и извлечение прибыли (деловая активность).

Основная причина, по которой люди путешествуют – это желание развлечься и уйти от повседневных проблем. Туризм – это движение путешественников к местам назначения, которые могут быть как внутри страны, так и вне ее. Зачастую количество путешественников может быть сравнимо (и даже превышать) с численностью местного населения стран, которые они посещают. Все формы туризма включают в себя некоторый вид путешествия, но не все виды путешествия являются туризмом [8, с.137].

Временный характер туризма отличает его от миграции. Миграция включает в себя передвижение населения и постоянное проживание на том месте, куда оно мигрирует. Туризм же отличается коротким сроком сезонных и временных передвижений населения к пунктам назначения, удовлетворяющим их требованиям.

Типы туризма. Для более полного определения туризма ВТО предложила классифицировать туризм на внутренний, въездной и выездной. Основным признаком классификации является пересечение государственных границ. Данную классификацию можно применять как для страны, так и для каждого конкретного региона.

Внутренний туризм – это путешествие жителей какой-либо страны (региона) по своей собственной стране (региону). Эта форма туризма не приносит стране валюту, хотя и влияет на развитие экономики, воздействуя на перераспределение доходов между регионами страны. Одним из условий развития внутреннего туризма является наличие необходимых и экономически обоснованных средств приема туристов. Другим условием является соответствующий уровень развития внутренней инфраструктуры (транспорт, дороги и т.п.) страны.

Выездной туризм – путешествие жителей какой-либо страны (региона) в другую страну (регион).

Въездной туризм – путешествие по какой-либо стране (региону) лиц, не являющихся ее жителями (жителями региона). В странах, где культивируется только въездной туризм, развивается односторонняя туристская субструктура и не развиваются средства приема внутренних туристов.

Экономическая значимость туризма, т.е. финансовые результаты, отражается в местных бюджетах и в бюджете страны. Причем туризм может способствовать как притоку дополнительных средств, так и их оттоку из бюджета страны (региона) [22, с.153]. По данному признаку выделяют два вида туризма: активный и пассивный. Приезд иностранных граждан в страну или отечественных (внутренних) туристов в данный регион страны является

активным туризмом, который вызывает приток денежных средств в данный регион или страну. Путешествие граждан одной страны (региона) в другие государства (регионы), сопровождающееся соответственно оттоком (вывозом) денежных средств из страны, является пассивным туризмом.

Исходя из экономических соображений многие страны прилагают усилия для предпочтительного развития въездного и внутреннего туризма.

При рассмотрении экономики туризма конкретной страны (региона), направлений ее развития и путей повышения эффективности функционирования целесообразно выделять также такие типы туризма, как национальный, международный и туризм в пределах данной страны (региона).

К национальному туризму относится внутренний и выездной туризм, к международному туризму – въездной и выездной. Туризм в пределах данной страны (региона) охватывает как граждан данной страны (внутренний туризм), так и приезжающих из других стран и регионов (въездной туризм), и с точки зрения повышения доходов страны (региона) является наиболее привлекательным. С одной стороны, развитие этого направления туристской деятельности позволяет увеличить приток валюты в данную страну (регион), а с другой – денежные средства граждан, проживающих в данной стране (регионе), остаются здесь же и могут быть направлены на развитие экономики данной страны (региона). Кроме этого, внутренний туризм выполняет такую экономически важную функцию, как сглаживание доходов в государстве (регионе). Экономический смысл функции сглаживания заключается в том, что осуществляется перераспределение более высоких доходов граждан из промышленно развитых регионов в экономически слаборазвитые регионы, где доходы граждан значительно ниже, но имеются более богатые природные ресурсы.

Необходимо отметить, что одна часть дохода, который индивидуальный посетитель выделяет для туристских целей, расходуется в пункте назначения, а другая расходуется при организации и во время путешествия для достижения этого пункта назначения.

Туризм может быть определен как ряд явлений и взаимоотношений, являющихся результатом взаимного влияния деятельности туристов, туристских предприятий, сферы гостеприимства, администрации в процессе привлечения, размещения и обслуживания посетителей.

Туризм – это совокупность всех его составляющих: продуктов, сервиса и производственных единиц, которые предлагаются индивидуальным путешественникам или группам людей, временно оставляющим место постоянного проживания и путешествующим в определенные туристские пункты назначения [10, с. 197].

Туристы. Основой экономики туризма являются люди, которые удовлетворяют свои потребности и желания в сфере туризма, поэтому ее существование зависит от существования большого количества людей, у которых в перспективе имеются одинаковые потребности и желания — туристские путешествия [12, с. 131]. Необходимо отметить, что люди, имеющие такие потребности и желания, не обязательно являются туристами. Туристы — это только те индивидуумы, которые могут их удовлетворить. Туризм во всех его формах является деятельностью, которая зависит от имеющихся денежных ресурсов и свободного времени у индивидуумов.

Точное определение туриста – это непростая задача. В 1937 г. Комитет специалистов ООН рекомендовал принять определение, которое характеризует туриста как человека, путешествующего на период 24 часа или более в другую страну, отличную от места его постоянного проживания. Это определение охватывает следующих индивидуумов:

- а) путешествующих с целью развлечения, по семейным причинам, по состоянию здоровья и другим подобным причинам;
- б) путешествующих с целью принятия участия в различных встречах или как представители (участники);
- в) путешествующих с профессиональными целями;
- г) достигающих гавани страны на круизном судне, даже если период их пребывания в стране меньше 24 часов.

В данное понятие не входят следующие индивидуумы:

- а) приезжающие в страну с (или без) контрактом на работу и имеющие возможность работать или принимать участие в деловой активности;
 - б) выбирающие страну в качестве места постоянного проживания;
 - в) приезжающие в страну для продолжения обучения или повышения квалификации;
 - г) проживающие в приграничных районах страны и работающие в соседней стране;
 - д) путешественники или транзитные пассажиры, едущие без остановки, даже если время их пребывания при проезде через страну больше 24 часов.
- Определение туриста, данное Комитетом специалистов ООН, оказалось недостаточно полным. Одна из основных проблем заключается в том, что оно не дает возможности подсчета движения населения внутри страны.

В 1963 г. в Риме проходила Конференция ООН по международным путешествиям и туризму, которая рекомендовала использовать определение терминов «посетители», «туристы» (ночующие посетители) и «однодневные посетители» (экскурсанты), предложенные Международным союзом официальных туристских организаций.

Всемирная туристская организация предложила путешественников всех типов, занимающихся туризмом, определять как посетителей. В этой связи термин «посетитель» является основополагающим в системе статистики экономики туризма. Таким образом, все путешественники делятся на посетителей (включаются в туристскую статистику) и прочих путешественников (не включаются в туристскую статистику). Схематично это разделение представлено.

По определению ВТО посетитель – это любое лицо, которое путешествует в какое-либо место, находящееся за пределами его обычной среды, на срок, не превышающий 12 месяцев подряд, и главной целью поездки которого не является занятие деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте.

Определение охватывает две категории людей:

- туристы (ночующие посетители) – посетители, которые осуществляют по меньшей мере одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения в посещаемой стране (регионе). Экипажи самолетов или судов, которые прибывают в страну (регион) и находятся на стоянке или остановке, также считаются туристами в течение всего времени пребывания на территории этой страны (региона), если они используют средства размещения посещаемой страны (региона);

однодневные посетители (экскурсанты) – посетители, которые не осуществляют ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения в посещаемой стране (регионе). К ним относятся:

пассажиры круизных судов, которые прибывают в какую-либо страну (регион) на круизном судне, если они возвращаются каждую ночь на судно для ночевки, независимо от времени стоянки;

однодневные путешественники; экипажи, находящиеся в стране менее одного дня и не останавливающиеся на ночь; владельцы и пассажиры яхт (если ночуют на яхте); пассажиры — участники групповой поездки, ночующие в поезде.

К посетителям не относятся:

- . рабочие, которые проживают в приграничных районах страны и работают в соседней стране;

- . транзитные пассажиры, которые не покидают транзитной зоны аэропорта или порта, включая переезды между аэропортами и портами;

- . люди, которые не имеют постоянного места проживания (кочевники);

- . беженцы, вынужденные покинуть свои страны;

- . консульские работники, которые путешествуют из своей страны в место, где расположен их офис (включая домашнюю прислугу и иждивенцев, сопровождающих их или присоединяющихся к ним);

- . дипломаты (включая домашнюю прислугу и иждивенцев, сопровождающих их или присоединяющихся к ним);

- временные иммигранты;
- постоянные иммигранты.

Определение туриста, данное ВТО, также не является полным, так как не включает туристов, путешествующих внутри собственной страны. Ключевым критерием, по которому определяется внутренний туризм, является страна местожительства.

Всемирная туристская организация предлагает следующее определение внутреннего туриста.

Внутренний турист (ночующий посетитель) – это лицо, которое путешествует внутри страны своего местожительства в место за пределами его обычной среды и которое осуществляет пребывание по меньшей мере с одной ночевкой в коллективном или индивидуальном средстве размещения, но не более чем в течение одного года, с любой целью, кроме осуществления деятельности, оплачиваемой из источника в посещаемом месте.

1.2. Туриндустрия как одно из направлений экономики

Люди, живущие в развитом обществе, помимо биологических нужд имеют много других потребностей и желаний. Одной из потребностей является потребность в туризме. Удовлетворение туристских потребностей и желаний предполагает производство туристских продуктов и услуг, а это в свою очередь влияет на развитие производственной деятельности и развитие туристских ресурсов.

Туриндустрию можно определить как одну из направлений экономики, которая изучает и анализирует экономические отношения, развивающиеся в процессе производства и потребления туристских продуктов и услуг, предназначенных для удовлетворения потребностей и желаний путешественников [18, с. 79].

Эти отношения можно рассматривать как на макроуровне (уровень государства, региона), так и на микроуровне (уровень конкретно взятого района

либо предприятия, производящего туристские продукты и услуги). Производство продукции и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей, с одной стороны, непосредственно зависит от желаний самих потребителей – туристов. С другой стороны, на развитие самой туристской индустрии влияет множество различных, как внешних, так и внутренних факторов. Поэтому экономику туризма определяют как быстро развивающуюся, динамичную, стохастическую (неопределенную) составляющую национальной экономики. Для многих стран она находится еще в стадии развития.

Послевоенный туризм с конца 1950-х гг. до наших дней, претерпел множество изменений. Особенностью этого периода является то, что изменения касались в основном формы и содержания туризма. Большинство изменений связано со способом, каким туристские потребности и желания удовлетворялись. И, естественно, это привело к систематизированному изучению и анализу экономики туризма.

В прошлом туризм не рассматривался как отрасль экономики. Его производственная активность была не важна, и в большинстве случаев развитию туризма даже не придавалось особого значения. С течением времени туризм начал постепенно развиваться качественно и количественно. Только тогда экономисты поняли важность туризма как экономического феномена и ту роль, которую он может играть для развития национальной экономики. При этом они были вынуждены обратить внимание на конкретные экономические проблемы, возникающие в процессе туристской деятельности. Тогда туризм как экономический феномен выдвинулся на передний план [17, с. 117].

Бурное развитие мирового туризма и рост его влияния на экономику различных стран привели к необходимости его научного исследования. Эти исследования касались различных проблем экономики туризма, в том числе изучения туризма как самостоятельной отрасли, выявления основных тенденций развития и др. Экономика туризма родилась в силу необходимости изучения и анализа экономических отношений, возникающих между

отдельными людьми, принимающими участие в туристской деятельности. Приведем классическое определение предмета экономической науки.

Предметом экономической науки являются методы решения задачи выбора направлений и способов использования ограниченных (редких) ресурсов в различных конкурирующих целях .

Другими словами, экономическая наука изучает то, как из ограниченных ресурсов произвести наибольшее количество продукции или услуг с максимальной выгодой. Но поскольку экономика туризма является специфической составляющей экономики, при ее определении и рассмотрении основных частей необходимо учитывать эту специфику.

Как и любая экономика, экономика туризма отвечает на следующие основные вопросы: что? как? для кого? Но с учетом ее специфики необходимо добавить вопрос о том, как данная экономика будет развиваться во времени.

В общем, можно сказать, что экономика туризма исследует и анализирует способы, которыми организованная социальная система решает следующие проблемы:

- 1) какие туристские продукты и услуги будут произведены в определенный период времени, а также в каком количестве, какого качества и насколько разнообразные;
- 2) как эти туристские продукты и услуги будут произведены, т. е. из каких источников и по какой технологии; как данные туристские продукты и услуги будут распределены среди внутренних и внешних туристов;
- 3) как экономическая деятельность будет развиваться во времени.

Ниже даны некоторые пояснения к указанным выше проблемам.

1. Количество, качество и разнообразие туристских продуктов и услуг, предлагаемых страной в данный туристский период, постепенно изменяются. Производство одних видов туристских продуктов и услуг может увеличиваться, других — снижаться, а третьих — либо совсем, либо временно исключаться. В то же время на рынке создаются новые туристские продукты и услуги для удовлетворения вновь появляющихся потребностей и желаний туристов.

Вопрос состоит в том, кто это решает и как принимается решение. С помощью какого механизма и по какому критерию туристские продукты и услуги определяются?

2. А также как определяются количество, качество и разнообразие продуктов и услуг?

3. Различные туристские продукты и услуги, которые предоставляются в данной стране, могут производиться различными способами. Возникает вопрос: кто и по каким критериям выбирает эти способы производства? А также возможно ли, чтобы продукт или услуга были произведены одновременно двумя или несколькими способами?

4. Туристские продукты и услуги, производимые в стране, принимающей туристов, распределяются как среди иностранных (въезжающих), так и среди местных туристов и удовлетворяют их туристские потребности и пожелания. Большой проблемой экономики туризма является выбор критерия, по которому может быть распределен туристский продукт или услуга. Эта проблема не может быть решена выбором какого-то произвольного критерия. На выбор критерия распределения туристского продукта или услуги влияет множество как внешних, так и внутренних факторов (экономических, технологических, политических и т.п.). Каждая страна (регион), принимающая туристов выбирает свой критерий.

Экономика туризма развивается при увеличении объема производства в расчете на каждого туриста, независимо от того, внутренний он или внешний. При этом увеличивается не только количество, но и качество предлагаемых туристских продуктов и услуг. Удовлетворение туристских потребностей и пожеланий зависит от общего экономического развития страны или региона, принимающей туристов. Неверный подход к управлению развитием экономики туризма региона, краткосрочная цель максимизации дохода могут повлечь за собой снижение экономической активности развития данного региона.

Основные проблемы экономики туристической индустрии. Хорошо известно, что все общества независимо от места, времени и уровня развития сталкиваются с экономическими проблемами в туризме, которые связаны с тем, что:

а) неопределенное количество туристических потребностей и пожеланий индивидуумов сочетается с задачей распределения их в порядке важности;

б) ограниченные или редкие туристические ресурсы, которые используются для удовлетворения потребностей и пожеланий туристов, должны сочетаться с различными способами использования этих ресурсов. Эти проблемы связаны с созданием туристических продуктов, определением цены, по которой они будут распределяться, размещением туристических компаний и т.д.

В рыночной экономике справедливое распределение туристических ресурсов, поддержание устойчивой экономики туризма, ее развитие, а также распределение туристического дохода осуществляются с помощью механизмов туристического рынка. В плановой экономике, известной как социалистическая, экономические отношения не регулировались посредством рыночных механизмов, и руководящая роль в экономике туризма принадлежала государству или центральным органам. Государство от имени туристических компаний и самих туристов принимало и координировало ежедневные решения, а роль туристического рынка была второстепенна.

Практический опыт показывает, что посредством механизмов туристического рынка основные проблемы экономики туризма не могут быть решены в полной мере [31, с.55]. Поэтому современное государство вовлекается в процесс регулирования экономики туризма для того, чтобы предотвратить ее нежелательное развитие и возможное негативное влияние на другие отрасли экономики. Вовлечение государства в экономику туризма достигается туристической политикой, цель которой – корректировка слабых мест и нежелательных влияний механизмов туристического рынка. Таким образом, туристическая политика необходима для корректировки и решения проблем экономики туризма, среди которых можно выделить четыре основные:

- проблема эффективного распределения ограниченных и редких туристских ресурсов;
- проблема поддержания устойчивой экономики туризма;
- проблема развития или роста экономики туризма;
- проблема справедливого распределения туристского производства или туристского дохода.

Вовлечение государства в рабочие механизмы регулирования туристского рынка возможно только для корректировки слабых мест и нежелательных последствий в экономике туризма.

Основные цели экономики туризма. Экономика туризма имеет следующие основные цели:

- качественно и количественно максимизировать удовлетворение психологического опыта туристов;
- максимально увеличить доход компаний, предлагающих туристские продукты и услуги;
- максимизировать расходы туристов в процессе их путешествий.

Вышеперечисленные цели экономики туризма обычно позитивны. Максимизация психологического опыта создает чувство удовлетворенности у туристов и заставляет их вернуться в страну, которая так хорошо их приняла, и, как результат, потратить больше денег в путешествии.

Очевидно, что отношение психологического опыта O_p , который получает турист во время поездки, к его ожиданиям $O_{ж}$ должно быть не меньше 1:

$$O_p/O_{ж} \geq 1.$$

В противном случае путешествие приводит к негативным последствиям для данной дестинации¹.

При определенных обстоятельствах цели экономики туризма могут иметь негативный характер. Например, краткосрочная цель максимизации дохода может привести к созданию большого количества структур для обслуживания

¹ Туристская дестинация решающий элемент туристской системы. Ее можно охарактеризовать как центр (территорию) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов

туристов, в результате чего снизится психологическое удовлетворение туристов. Это может повлечь за собой уменьшение потока туристов в данную дестинацию и соответственно уменьшение притока денежных средств, что в конечном итоге повлияет на экономические результаты развития данной дестинации и даже может привести к ее исчезновению. Повышенное внимание к туризму как основному элементу экономического развития страны также может привести к подобным результатам.

Лимитирующие факторы экономики туризма. Экономика туризма весьма специфична, и ее специфичность, прежде всего состоит в том, что деятельность предприятий и туристической индустрии в целом подвержена влиянию ряда факторов, которые препятствуют успешному функционированию, причем большинство факторов носят стохастический (случайный, неопределенный) характер. Все факторы можно условно разделить на глобальные и локальные (частные). Среди глобальных можно выделить сезонность, политические, экономические и природные факторы.

1.3. Виды малого бизнеса в сфере туризма

Туристический бизнес в настоящее время интенсивно развивается, что и определяет его многообразие. Турбизнес может быть классифицирован по сферам деятельности, степени новаторству, количеству собственников и другим признакам [45, с. 59].

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.

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 [35, с. 91].

По сфере и назначению туристический бизнес можно подразделить на производственный, коммерческий, финансовый, консультационный.

Все виды туристического бизнеса представлены в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОКДП).

Туристический бизнес представлен в ОКДП следующими видами деятельности: туроперейтинг², гостиничное обслуживание, предоставление услуг общественного питания, транспортное обслуживание, организация досуга, бизнес-обслуживание, оздоровительное, образовательное, спортивное и экскурсионное обслуживание туристов и др.

Туроперейтинг – основной вид бизнеса, решающий основную задачу туристского предпринимательства – вовлечение организаций в сферу туристского обслуживания и обеспечение комплексного обслуживания туристов [4].

Туроператорская деятельность – это деятельность организации, которая занимается комплектацией туров и формированием комплекса услуг для туристов, продвижением и реализацией туров. Туроператор разрабатывает

² Туроперейтинг — коммерческая деятельность предприятий в сфере туризма по созданию и реализации комплекса туристских услуг в виде конечного продукта (тура), направленная на удовлетворение нужд и потребностей потребителей туристских услуг путем свободной продажи продукта на рынке.

туристские пакеты, обеспечивает предоставление туристских услуг, рассчитывает цены на туры, передает туры турагентам для последующей реализации туристам, обеспечивает информационную поддержку процесса реализации тура.

Турагентская деятельность – деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагентом).

Гостиничная деятельность – это вид предпринимательства с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в услугах размещения [21, с. 139].

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.

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.

Обслуживание туристов питанием – вид предпринимательской деятельности, осуществляемой с целью получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в услугах 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 трансфера [36, с. 57].

Страхование туристов 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.

Курортное дело – совокупность всех видов научно-практической деятельности по организации и осуществлению лечения и профилактики заболеваний на основе использования природных лечебных ресурсов [12, с. 39].

В настоящее время активно и успешно развиваются курорты и курортное дело. Для этого существует ряд причин: доступность курортных услуг по цене, обширные климатические, культурные и исторические богатства, большое количество мест для развлечений и лечения.

Экскурсия – посещение достопримечательных чем-либо объектов (памятники культуры, музеи, предприятия, местность и т.д.), форма и метод приобретения знаний. Проводится, как правило, коллективно под руководством специалиста-экскурсовода. Э. различаются: по целям – учебные (в т. ч. учебно-производственные, для профессиональной ориентации, обмена опытом), культурно-просветительские, научные; по тематике – в соответствии с содержанием объектов; по месту расположения объектов – натурные, музейные; по составу участников – для разных возрастных групп, специалистов различных профилей, туристов и учащихся и т.п. [44, с. 101].

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.

1.4. Роль малого бизнеса в развитии туризма в России

Малый бизнес как один из важных и неотъемлемых элементов рыночной экономики обеспечивает рабочими местами часть населения, включая самих

предпринимателей. Дополнительными экономическими преференциями малого и среднего предпринимательства являются рост валового внутреннего продукта, налоговых поступлений и экономического потенциала страны в целом. А также, повышение качества жизни граждан, поскольку данные предприятия ориентируются на наиболее актуальные пробелы и запросы рынка, с целью их удовлетворения. Деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства в России регулируется принятым 24 июля 2007 года Федеральным законом 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Уровень развития малого и среднего бизнеса в России в значительной мере отстает от данного сектора в промышленно-развитых странах. Подобная ситуация вызвана более длительным периодом становления рыночных экономических отношений на постсоветском пространстве [13, с. 660].

Туризм – это важная отрасль экономики государства, которая обеспечивает население рабочими местами, приток валюты в страну, загрузку гостиничных комплексов, отельных зон и развлекательных центров, улучшение инфраструктуры и экономический рост в целом [24]. Индустрия туризма основана на использовании и применении локальных туристических ресурсов, при которых вместе с предпринимателями и государство получает доход.

В России сфера туризма регулируется Федеральным законом от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в котором определены цели, принципы, приоритетные направления развития и расширения, а также способы государственного регулирования деятельности предприятий сферы туризма [4].

По законодательству в России оказывается неопределимая поддержка в развитии внутреннего, въездного, социального и самодетельного туризма. Для повышения привлекательности туристических услуг среди предпринимателей каждое государство разрабатывает определенную политику. В Российской Федерации реализуется Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» [49].

Реализация Программы нацелена на повышение конкурентоспособности отечественного рынка туристических услуг, удовлетворяющих потребности российских и иностранных туристов в качественных и необходимых туристических услугах; на создание условий и развитие инфраструктуры, и наиболее важное — привлечение инвестиций. Это Программа также позволит продвинуть национальный туристский продукт не только на внутреннем, но и на международном рынках. В рамках данной Программы создаются туристические особые экономические зоны, которые предполагают благоприятные условия для организации туристического бизнеса.

На сегодняшний день внутренний и въездной туризм в России активно развивается. За последние несколько лет уже виден прогресс адаптации туристских зон под нужды российских и иностранных граждан. Резиденты России уже понемногу привыкают к той мысли, что необязательно выезжать из страны, чтобы отдохнуть у моря, наслаждаться хорошим сервисом и съездить на различные экскурсии.

Российские туристы, безусловно, и раньше ездили отдыхать на разные курорты своей страны, но активность в этом направлении была невысокой. В настоящий момент ситуация изменилась, причиной чего оказался целый ряд внутренних и внешних факторов. К причинам, послужившим толчками для определенных отраслевых изменений, в первую очередь можно отнести финансовый кризис 2014–2015 годов. Он повлек за собой ухудшение экономической обстановки в России, вызванное валютным кризисом, начавшимся в середине 2014 года, который усугубил структурный кризис российской экономики. Поэтому стремление к выездному отдыху, да и вообще, к растратам на отдых за последние пару лет снизилось.

Следующая причина – это валютный кризис, который входит в общий финансовый кризис, упомянутый выше. Резкое и многократное укрепление доллара и снижение цен на нефть сказались в первую очередь на российской национальной валюте, что повлекло девальвацию и ослабление рубля. Другими словами, жизнь в России стала дороже в 2, а то и в 3 раза, что,

безусловно, явилось в определенной степени неожиданностью для домашних хозяйств.

Третья причина, но не менее важная, это санкции Запада. Причем санкции заключаются не только в материальном выражении, но и в личном отношении к России и ее гражданам. В лидирующих европейских странах: Германии, Франции, Великобритании население считает, что на международной арене Россия занимает положение «агрессора». Бытует мнение о виновности России во внутригосударственном конфликте Украины. Эти домыслы влекут за собой закрытие границ Европы на въезд для российских граждан, обращение с российскими туристами, как с нежелательными гостями и другие негативные аспекты.

Финальная причина – это гражданская война в Украине. Она является косвенным началом всех остальных причин. Она легла в основу и финансового кризиса, и валютной неразберихи, и западных санкций. Вместе с тем, эта причина позволила расширить границы России путем возвращения полуострова Крым в состав субъектов РФ, что имеет следствием целый ряд положительных и отрицательных моментов политического, экономического и международного характера.

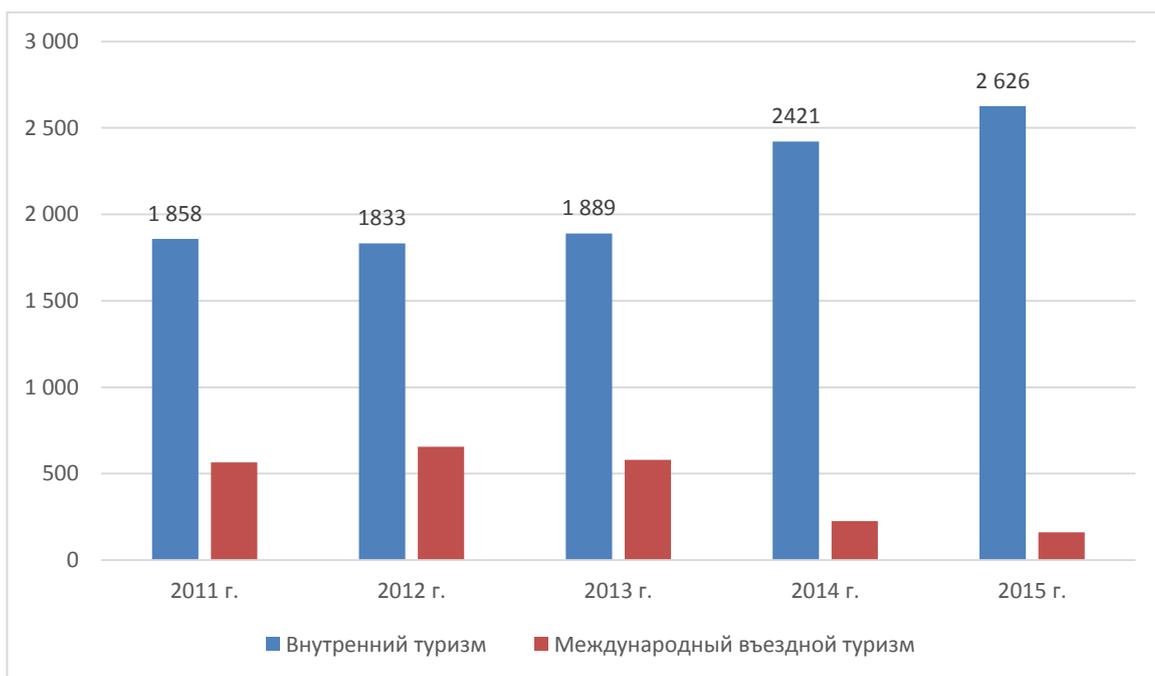


Рис.1.1. Количество туристических фирм в Российской Федерации [47]

Непростая экономическая ситуация открывает большие возможности для роста внутреннего туризма. Подтверждением тому является увеличение в 2014 году доли внутреннего туризма на 40 % по сравнению с данными 2013 года. Дополнительно это связано с подорожанием туров на зарубежных курортах и с возросшим уровнем патриотизма среди местного населения [38, с.108].

Внутренний туризм в России развивается повсеместно, но есть особо популярные направления, которые больше всего любят посещать российские и иностранные туристы. Передовиками внутреннего и въездного туризма России являются: Симферополь, Сочи, Краснодар, Минеральные Воды. Несмотря на то, что полуостров Крым еще не готов к такому количеству гостей на своих немногочисленных курортах, российских туристов сложно остановить в их желании посетить крымское побережье. Есть несколько причин, объясняющих поведение местного населения. Но наиболее важным является желание людей отдохнуть в Крыму по «старым» тарифам.

Многие предприниматели, и не только резиденты, понемногу захватывают рынок туристских услуг на этом привлекательном полуострове, как это произошло после Олимпийских игр в Сочи. И простые граждане теперь не могут себе позволить поездки в «жемчужину» Краснодарского края из-за слишком высоких цен на туристические продукты.

Таким образом, на сегодняшний день, полуостров Крым – основное направление для развития малого предпринимательства в России. Но Крым только начал свое «перерождение» как курорт России, поэтому малое предпринимательство сталкивается там с рядом проблем, которые препятствуют быстрому развитию региона.

Одной из главных проблем является недоступность финансовых ресурсов. В Крыму пока нет крупных банков, которые могли бы выгодно кредитовать предпринимателей.

Кроме того, перед крымскими бизнесменами стоит задача интегрирования в российскую правовую среду (различие в налогообложении,

проблемы с получением лицензий и др.) Также на первый план выходит и фактическая изоляция Крыма. Санкции Евросоюза и США повлекли за собой много ограничений для полуострова: парализована работа международных морских портов, аэропорт Симферополь из международного превратился в местный, прекращены все экспортно-импортные операции, пострадала банковская сфера и другое.

Однако, в числе приоритетных направлений экономического развития субъектов Российской Федерации, Крымский полуостров занимает одно из важных мест. Закон Республики Крым от 17 июля 2014 г. N 30-ЗРК «О развитии малого и среднего предпринимательства в Республике Крым» уже вступил в силу [46]. В соответствии с законом, устанавливаются особенности поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Крым в приоритетных социально-экономических сферах: инновации и промышленное производство, сельскохозяйственная деятельность, санаторно-курортная и туристическая сфера, народные художественные промыслы и ремесла.

Для развития данного региона как курортного, Правительство РФ оказывает господдержку предпринимателей. В прошлом году Правительство РФ оказало государственную поддержку малому и среднему предпринимательству в Крымском округе на сумму приблизительно 200 млн руб.

Для компаний, которые зарегистрированы в первые три года работы свободной зоны, предусмотрены пониженные тарифы страховых взносов в государственные внебюджетные фонды (они уменьшены с 30 % до 7,6 %).

Кроме того, в Крыму введен режим свободной таможенной зоны. Также в Крыму сейчас открывают коммерческие банки с программами поддержки малых предприятий. Но объем кредитного портфеля, который был предоставлен малому и среднему бизнесу, очень небольшой и меньше, чем был прежде, — примерно 1 млрд 700 млн по Республике Крым, 850 млн – по городу Севастополю.

Из федерального бюджета на систему государственной поддержки малого и среднего предпринимательства определена сумма 170 млн. При этом центр поддержки предпринимательства получит 19 млн руб., гарантийный фонд – 50 млн руб., фонд микрофинансовых организаций — 61 млн руб., поддержка начинающим субъектам МСП через гранты — 25 млн руб. и субсидирование процентной ставки по кредитам – 15 млн руб. Отдельно будут выделены средства Севастополю на программу поддержки малого и среднего бизнеса – 122,6 млн руб., которые также будут распределены по направлениям поддержки.

И как результат, по данным Минэкономразвития за первые четыре месяца 2017 года количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей и юридических лиц малых и средних предприятий увеличилось на 70 %. По статистическим данным на 01.05.2017 года зарегистрировано 86 тыс. субъектов малого и среднего бизнеса, среди которых 56 тыс. – индивидуальные предприниматели Крыма и Севастополя [49].

Необходимо развивать малое и среднее предпринимательство в России, так как это позволит повысить уровень экономического развития всех регионов и обеспечит экономический рост страны в целом. Это доказывают примеры самых развитых государств мира, в которых малый бизнес является ведущей экономической силой.

Заметим, что в нашей стране, помимо прочих, имеется большой потенциал и в сфере туризма. Поэтому основной упор стоит делать именно в направлении развития курортных регионов, а значит и создания малых и средних предприятий именно на этих рынках, иначе потенциально-прибыльные места быстренько займут иностранные инвесторы, обладающие огромным опытом в этой деятельности. Но наше правительство работает над финансовой неграмотностью и неподготовленностью российских предпринимателей и выдвигает законопроекты, предложения по ориентации государственной поддержки именно в сторону внутреннего малого бизнеса, поддержки национальных хозяйств и предпринимателей.

И хочется обратить особое внимание на усердие наших начинающих бизнесменов. Несмотря на запреты, санкции и финансовые проблемы, с которыми они сталкиваются на своем нелегком пути, они идут к намеченной цели. А государство старается поддерживать это стремление и заботится о наилучших условиях для них. Кажется, что совсем немного отделяет Россию от вхождения в список развитых стран. Все, что для этого нужно – это поднять экономический уровень и потенциал страны, а добиться этого можно как раз посредством развития малого и среднего предпринимательства на внутригосударственном уровне, что конечно займет какое-то время. Но начало уже положено, а это главное условие на встречу к лучшему будущему.

Глава 2. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ (на примере г. Кызыла) и РЕСПУБЛИКИ ТЫВА

2.1. Развитие внутреннего туризма в муниципальном образовании (на примере г. Кызыла)

Богатый культурный ресурс г. Кызыла в значительной мере способствует достижению главной стратегической цели – стабильному улучшению жизни населения. Культура перестала быть просто формой удовлетворения потребностей, она делает перспективным развитием города, как центра туризма, науки, культуры, образования, коммуникации.

Город Кызыл – столица Республики Тыва основан в 1914 году, он расположен на возвышенной равнине при слиянии рек Пий-Хем и Каа-Хем, образующих великую сибирскую реку, самую многоводную реку России Енисей. В городе установлен обелиск, символизирующий географический центр Азии.

Широко известен Кызыл как центр азиатского материка. Стела «Центр Азии» на берегу Енисея – одна из главных достопримечательностей города. Культурные традиции Кызыла берут начало от традиционных народных праздников (новогодний – Шагаа, свадебный цикл, рождение ребенка, стрижка волос и т. д.), которые сопровождались национальной борьбой – хуреш, конными скачками, стрельбой из лука, различными играми, выставками библиотек и музеев.

Музыкальное народное творчество представлено многочисленными песнями, частушками. Особое место в тувинской музыкальной культуре

занимает так называемое горловое пение – хоомей, в котором выделяют обычно четыре разновидности – сыгыт, каргыраа, борбаннадыр, эзенгилээр, и соответствующие им четыре методических стиля на базе Международного научного центра «Хоомей».

Из музыкальных инструментов наиболее распространены губной варган (хомус) – железный и деревянный. Распространены смычковые инструменты – игил и бызаанчы.

За Кызылом не случайно закрепились репутация культурной столицы Республики Тува. В Республике Тува издавна складывалась и развивалась школа искусств. В Кызылском училище искусств обучение ведется по 10 основным специальностям (музыкальным, художественным, библиотечным и социокультурной деятельности).

Среди населения города много талантливых художников, профессиональных скульпторов, народных резчиков по камню и дереву. Есть свои композиторы, музыковеды. Успешно работает большой коллектив профессиональных артистов.

Последние годы характеризуются большими достижениями в деле сохранения традиционной культуры, пропаганды народного искусства. Ключевая задача в этой области – создание системы защиты традиционной культуры от подделок и «размывания», обеспечение сохранности источников – образцов настоящего аутентичного исполнения.

В области художественных промыслов есть проблемы, связанные с созданием центров ремесел, студий декоративно-прикладного искусства, организацией их производства, сбытом продукции, правовой защитой народного мастера.

В последнее время туристы выбирают в программах не только отдых, но и возможность познакомиться с народными ценностями, памятниками, ремеслами. Для кызылчан и гостей города широко распахнуты двери национального музыкально-драматического театра имени Виктора Шогжаповича Кок-оола.

В Кызыле действует молодежный театр «Кузел», детский театр, филармония, Тувинский национальный оркестр, Республиканский центр народного творчества и досуга, 153 клубных учреждений, Творческая лаборатория по работе с одаренными детьми-инвалидами «Зов», музей политических репрессий, музей Нади Рушевой.

Национальный музей с великолепным «золотым» куполом, по форме совпадающим с традиционным жилищем тувинцев — гордость Тувы. Экспозиции музея рассказывает об истории и природе Республики. Национальный музей проводит разные мероприятия, выставки, вечера для жителей гостей нашей столицы.



Рис.2.1. Национальный музей Республики Тыва им. Алдан-Маадыр

Национальный парк культуры и отдыха любят кызылчане. Он запоминается естественностью.

Централизованная библиотечная система представлена 32 библиотеками, расположенными во всех районах города.

В Кызыле работает универсальный спортивный комплекс «Субедей», торжественно открытый МЧС Сергеем Шойгу и главой федерального агентства по физкультуре и спорту Вячеславом Фетисовым.

К услугам гостей города 16 центров, 4 дома, 3 клуба, 19 спортивных школ различной ведомственной принадлежности. В настоящее время дополнительное образование детей в республике развивается по пяти основным направлениям: художественное, научно-техническое, спортивное, эколого-биологическое, научно-практическое. Развито устное народное творчество различных жанров: героический эпос, легенды, мифы, предания, песни, пословицы, поговорки.

В Кызыле действуют общественные организации, инициативные группы, занимающиеся возрождением национальных праздников, традиционных ремесел, одежды, деталей быта. Немало способствуют развитию туристского потенциала города различные творческие конкурсы. Кроме того, проходят и известные культурные проекты [43, с. 77].

Влияние результатов деятельности в сфере культуры и искусства на жизнь населения характеризуется следующими показателями:

- создание комфортной среды и оптимальных условий для духовного, интеллектуального развития и удовлетворения культурных потребностей населения города;
- повышение культурного и образовательного уровня населения, совершенствование систем воспитания, образования и организации досуга;
- обеспечение Международного, Межрегионального культурного обмена, интеграции в мировое культурное и информационное пространство;
- предоставление востребованных населению и отдельными категориями (учащиеся, студенты, преподаватели) услуг: издание краеведческой литературы; увеличение предметов фондового хранения в коллекциях музеев [26, с. 70].

Появление новых рабочих мест является позитивным условием развития туризма в г. Кызыл. Основные причины современных миграций населения в Республике Тува, социально-экономические: довольно низкий уровень и качество жизни, скудный ассортимент учебных заведений. Поскольку уезжают преимущественно люди трудоспособного возраста — экономически активное население за пределы республики. Конечно, появление туристских центров в городе частично уменьшило бы отток рабочей силы в другие города России и, тем самым, облегчило бы жизнь многим людям. К улучшению качества и уровня жизни в г. Кызыле приведет задействованные в туризме разные слои общества и представители различных возрастных групп.

В г. Кызыл отсутствует качественный сервис — это один из главных факторов, сдерживающих развитие туристской деятельности. В России учебных заведений специализирующихся на подготовку кадров в области услуг и туризма не много, они расположены в удаленных городах от Тувы, куда поступают единицы тувинских студентов. Отсюда и вытекает главная и пока не решенная проблема в развитии туризма в городе.

Для принятия большого количества туристов к настоящему времени имеет слабо развитую инфраструктуру г. Кызыл. Отсутствие инвесторов является одним из важных факторов, сдерживающих развитие туристской индустрии. Город должен предварительно осуществить значительные вложения в свою инфраструктуру для привлечения инвесторов.

Для развития культурного туризма в г. Кызыл необходимо:

- грамотный и творческий подход к использованию культурных ресурсов.
- формирование устойчивого интереса к культурному туризму как среди местных жителей, так и иногородних туристов.
- развитие туристического предложения с учетом современных методов, (анимация, интерактивные экскурсии, практические мастер-классы).
- сохранение исторической планировки.
- сохранение памятников культуры.
- реставрация памятников культуры.

- создание информационных центров.
- развитие туристской инфраструктуры г. Кызыл.
- улучшение транспортных связей малых русских городов.
- возрождение народных промыслов.
- подготовка квалифицированных кадров для работы в г. Кызыл.

2.2. Преимущества развития туризма в Республике Тыва

Республика Тыва это - горный регион с примечательным наличием мелких межгорных котловин, с резко отличающимся от окружающих гор ландшафтом. В пределах Тувы известно около 45 горных вершин высотой более 3000 м. Предельная отметка, являющаяся высшей точкой Восточной Сибири - гора Монгун-Тайга (Серебряная Тайга), 3976 м.

Главной особенностью республики является то, что на сравнительно небольшой площади расположены практически все природные зоны Земного шара [52].

Резкий контраст зон на сравнительно небольшой территории очень ярко выражен: раскаленный песок полупустынь и белоснежные шапки гор, ковыльные степи и дремучая тайга, тундра и альпийские луга. Нельзя не восхищаться девственной красотой природы Тувы.

Более 60 процентов территории представляют собой охотничьи угодья. Здесь обитают соболь, саянская белка, рысь, россомаха, горноста́й, медведь, волк, марал, горный козел, кабарга, норка, заяц, лось, архар (аргали). В водоемах водятся ценнейшие породы рыб: таймень, ленок, хариус, сиг, пелядь, стерлядь, и др.

В Республике Тыва имеется 2 заповедника (общая площадь 657 082,4 га), природный парк "Тыва" с кластерными участками "Уш-Белдир", "Тайга", "Шуй" (564167 га.), 14 государственных природных заказников (общая площадь 703415 га) и 15 памятников природы (общая площадь 30680,4 га).

Республика Тыва - уникальный регион, родина одной из крупнейших рек России и самой полноводной реки Восточной Сибири - Енисея. Выгодное геополитическое положение, первозданная природа, значительная минерально-сырьевая база, большое количество природных и археологических памятников, обширные охотничьи угодья, высокий культурный потенциал Тувы - основа для развития российского и международного туризма. Наличие разнообразных туристско-рекреационных ресурсов региона позволяет развивать практически все виды туризма, в том числе рекреационный, культурно-познавательный, деловой, активный, оздоровительный и экологический туризм, сельский туризм и др.

Важнейшим конкурентным преимуществом туристской отрасли Республики Тыва является историко-культурное наследие. По официальным данным, на территории региона более 807 объектов культурного наследия, более 750 памятников археологии. На поездки с культурно-познавательными целями приходится около 20 процентов внутреннего туристского потока. Республика Тыва славится среди туристов как богатейший заповедник археологических памятников. Здесь можно отыскать тюркские и скифские курганы, каменные бабы, оленные камни, стелы с руническими письменами. Основным сдерживающим фактором для указанного вида туризма является неудовлетворительное состояние дорожно-транспортной и другой туристской инфраструктуры большинства перспективных с точки зрения культурно-познавательного туризма районов республики. Развитие такого вида туризма позволит привлечь дополнительно более 50 тыс. российских и иностранных туристов.

Уникальное сочетание традиций шаманизма и буддизма привлекает в Туву поклонников паломнического туризма. Республика Тыва - один из немногих уголков мира, где шаманизм сохранился в первозданном виде. Республика ежегодно притягивает сотни последователей шаманизма из самых разных стран.

Событийный туризм - молодое, набирающее популярность в регионах России, явление. Начиная с 2014 года событийный туризм в Туве рассматривается как один из действенных способов увеличения туристского потока.

В пик туристского сезона, с июля по август, в республике ежегодно проводится более 200 культурных событий, наиболее масштабные из них - празднование народного праздника животноводов "Наадым", международные фестивали "Устуу-Хурээ", "Хоомей в Центре Азии", набирает обороты межрегиональный фестиваль русской культуры на Малом Енисее. В рамках событийного туризма в 2017 году республику посетило более 10 тыс. туристов.

Выгодное географическое положение Тувы как приграничной территории с Монголией с выходом на страны северо-восточной Азии способствуют развитию делового туризма в республике (бизнес-туризм, конгресс-туризм и др.). В настоящее время около 70 процентов общего объема поездок с деловыми целями приходится на столицу Тувы - г. Кызыл. Строительство новых и модернизация существующих предприятий в различных отраслях экономики, а также увеличение доли на российском рынке иностранных компаний будут определять дальнейший рост делового туризма в регионе, что потребует строительства современных бизнес- и конгресс-центров, а также увеличения выставочных площадей. Развитие указанного вида туризма позволит привлечь дополнительно более 15 тыс. туристов.

В республике существует большой потенциал для развития различных видов активного туризма - горнолыжного, пешего, водного, горного, конного, велотуризма, экстремального туризма и др. Растущий спрос на активный отдых позволяет прогнозировать дальнейшее интенсивное развитие горнолыжного и других видов активного туризма. Потенциальное увеличение количества туристов, увлекающихся такими видами отдыха, оценивается в 30 тыс. человек.

Оздоровительный туризм пользуется традиционно высоким спросом и является наиболее значимым для сохранения здоровья, повышения уровня и

качества жизни граждан. К настоящему времени в Республике Тыва зарегистрировано более 200 природных водных лечебных объектов.

Предварительными расчетами показано, что ежегодно на аржаанах (целебные источники) и солено-грязевых озерах Тувы в летний период (июль - август) отдыхает и поправляет здоровье стихийным образом до 45 тыс. человек (14 процентов населения республики). Таким образом, феномен стихийной аржаанной бальнеотерапии в Туве представляет собой перспективный рынок для развития организованного внутреннего и внешнего лечебно-оздоровительного туризма.

В последние годы исследования феномена аржаанного лечения вышли на более высокий уровень - уровень медико-биологических исследований. В 2012 - 2014 гг. были проведены широкомасштабные медико-биологические донозологические исследования стихийной аржаанной бальнеотерапии на 35 аржаанах Тувы, в 2016 году проведены доклинические испытания по влиянию воды кислого минерального аржаана Ажыг-Суг на экспериментально вызванные заболевания желудочно-кишечного тракта у крыс. Выявлено, что вода аржаана повышает антиоксидантный статус организма, снижает воспалительные процессы, снижает количество точечных эрозий, предотвращает развитие полосовидных язв. Таким образом, впервые научно доказано, что вода аржаана Ажыг-Суг обладает ярко выраженным гастропротекторным действием.

Результаты донозологических и доклинических испытаний позволяют планировать проведение клинических испытаний влияния воды ряда перспективных аржаанов Тувы при лечении различных заболеваний.

В настоящее время республике формируется пул предпринимателей, взявших в аренду территории 16 аржаанов для создания на этих территориях сезонных профилакториев и баз отдыха рекреационно-оздоровительного характера.

Богатое природное наследие, разнообразие флоры и фауны представляют уникальные возможности для развития экологического туризма в Республике

Тува. В настоящее время его доля в общей структуре российского туристского рынка незначительна (около 1 процента). При создании и улучшении условий для развития экологического туризма, в том числе обеспечении новых привлекательных маршрутов соответствующей туристской инфраструктурой и соблюдении требований к охране окружающей среды это направление туризма может обеспечить дополнительный туристский поток свыше 20 тыс. человек в год.

Одним из наиболее популярных и динамично развивающихся видов путешествий является водный туризм. Тува имеет мощную водную систему общей протяженностью свыше 7 тыс. км. Для судоходства используются только реки Большой Енисей и Малый Енисей. Водный туризм всегда был и остается востребованным как среди иностранных, так и среди российских туристов. Вместе с тем его рост в настоящее время ограничивается проблемами изношенности судов и инфраструктуры причальных сооружений. Развитие такого вида туризма позволит привлечь в республику дополнительно 10 тыс. российских и иностранных путешественников.

Сельский туризм является относительно новым и перспективным направлением, позволяющим горожанам приобщиться к традиционному укладу жизни сельских жителей. Суть данного вида туризма заключается в отдыхе в сельской местности, где все организационное обеспечение проживания туристов (в том числе питание, досуг, обслуживание и др.) берет на себя принимающая семья. Его привлекательными чертами являются чистый воздух, домашняя атмосфера, нетронутая природа, натуральные продукты, тишина и неторопливый быт. Очевидным фактором государственной важности такого вида туризма является то, что он может стать существенным источником дополнительного, а иногда и основного дохода для сельского населения. Потенциальный ежегодный спрос на указанный вид туризма составляет около 5 тыс. человек.

В 2017 году республику посетили учредители Международной агротуристической федерации "Крестьянское гостеприимство" из Франции,

которыми по итогам посещений проведены сертификации 5 хозяйствующих субъектов в Кызылском, Чеди-Хольском, Каа-Хемском, Чаа-Хольском и Пий-Хемском районах.

Республика Тыва стала вторым регионом в России после Алтайского края, в котором появились хозяйства, сертифицированные указанным проектом.

Ассоциации крестьянского гостеприимства в республике будет представлять интересы субъектов сельского туризма, продвигать услуги, формировать правовые инициативы и нормотворчество, оказывать информационно-методическую помощь в их развитии.

Одним из важных направлений развития инфраструктуры туризма является создание цивилизованных условий для автотуристов. Развитие придорожной инфраструктуры туристской направленности (например, гостиницы, кемпинги, стоянки) позволит привлечь дополнительно более 15 тыс. туристов, в том числе из-за рубежа.

Таблица 2.1.

Перечень туристских организаций, осуществляющих деятельность на территории Республики Тыва [51]

№	<i>Название туристских организаций</i>	<i>Основные и дополнительные услуги</i>
1	«Зов марала» – Пий-Хемский р-н, м. Илькин Ключ	Русская баня, конная прогулка, лыжи, сани, снегоход.
2	ВИП зона Маралхоз - Пий-Хемский р-н, м. Илькин Ключ	2-х этажный дом, баня, ресторан
3	Динамо – Тандинский р-н	Баня, шашлычная зона, бильярд, лыжи, метание ножами, стрельба из лука, стрельба из ружья.
4	Арголик – Тандинский р-н, источник Уургайлыг	Катание на лошадях, аренда лыжи
5	Эржей – Каа-Хемский р-н, с. Эржей	Баня, аренда ватрушки, катание на лошадях, фито-бочка.
6	Сизим – Каа-Хемский р-н, с. Эржей	Баня, ледянки, бураны.
7	Белбей – Каа-Хемский р-н, м. Белбей	Катание на лошадях с санями, баня.
8	Торе-Хол – Эрзинский р-н, оз. Торе-Холь	Кафе
9	«Алдын-Булак» Тандинский р-н., м. Балык-Хараар	Ресторан, баня, экскурсия по комплексу.

10	Отель Азимут 5 звезд	Ресторан, салон СПА, конференц зал, бассейн, бар.
11	Гостиница Одуген	Ресторан, кафе, финская сауна
12	Гостиница Монгулек	Кафе
13	Гостиница Коттедж	Сауна, химчистка, кафе
Оздоровительный туризм		
14	Санаторий-профилакторий Серебрянка	Программа лечения остеохондроза и болей в суставах «Антиболь», оздоровительная программа восстановления энергетического баланса «Антистресс», программа выходного дня «Здоровья».
Этнический туризм		
15	Чабанская стоянка Кара- Чыраа	Мастер классы приготовлению национальных блюд, катание на лошадях.
Спортивный туризм		
16	Станция «Тайга»	Катание на лошадях, аренда ватрушек.



Рис. 2.2. Процентное соотношение туристского потока республики по видам туризма за 2016 год

Процентное соотношение туристского потока республики по видам туризма за 2016 год в среднем составляет:

- по цели поездки досуг, рекреация и отдых – 12,8%;
- по деловым и профессиональным целям – 28,0 %;
- по иным целям – 59,2%

В соответствии с официальными данными Территориального органа Федеральной службы государственной статистики Республики Тыва (Тываestat) с 2014 по 2018 годы отмечается рост объема предоставленных платных услуг в туристско-рекреационной сфере (в 2018 году рост на 55% по сравнению с 2014 годом). Увеличение данного показателя произошло за счет образования новых коллективных средств размещения, турфирм, имеющих статус юридического лица, и предпринимателей.

Таблица 2.2.

Объем предоставленных платных услуг в туристско-рекреационной сфере

Наименование показателя	Единица измерения	2014	2015	2016	2017	2018
Объем предоставленных платных услуг в туристско-рекреационной сфере, из них:	млн. руб.	62,4	84,9	88,9	93,8	99,2
туристские услуги	млн. руб.	6,3	19,1	20,0	20,4	24,8
санаторно-оздоровительные услуги	млн. руб.	5,3	3,3	5,0	4,8	6,5
услуги гостиниц и аналогичных средств размещения	млн. руб.	50,8	62,5	63,9	68,6	67,9



Рис. 2.3. Объем предоставленных платных услуг в туристско-рекреационной сфере (в млн.руб.)

Увеличение объема платных услуг в туристско-рекреационной сфере произошло за счет образования новых коллективных средств размещения, туристических фирм, имеющих статус юридического лица и предпринимателей.

Таблица 2.3.

Поступление налогов и сборов от деятельности коллективных средств размещения

	2016		2017		2018	
	в консолид. бюджет РФ	в том числе в консолид. бюджет Республики Тыва	в консолид. бюджет РФ	в том числе в консолид. бюджет Республики Тыва	в консолид. бюджет РФ	в том числе в консолид. бюджет Республики Тыва
Поступление налогов и сборов от деятельности коллективных средств размещения туристов Республики Тыва (тыс. руб.)	13651,2	13116,3	18716,1	18377,2	22350,9	20422,3

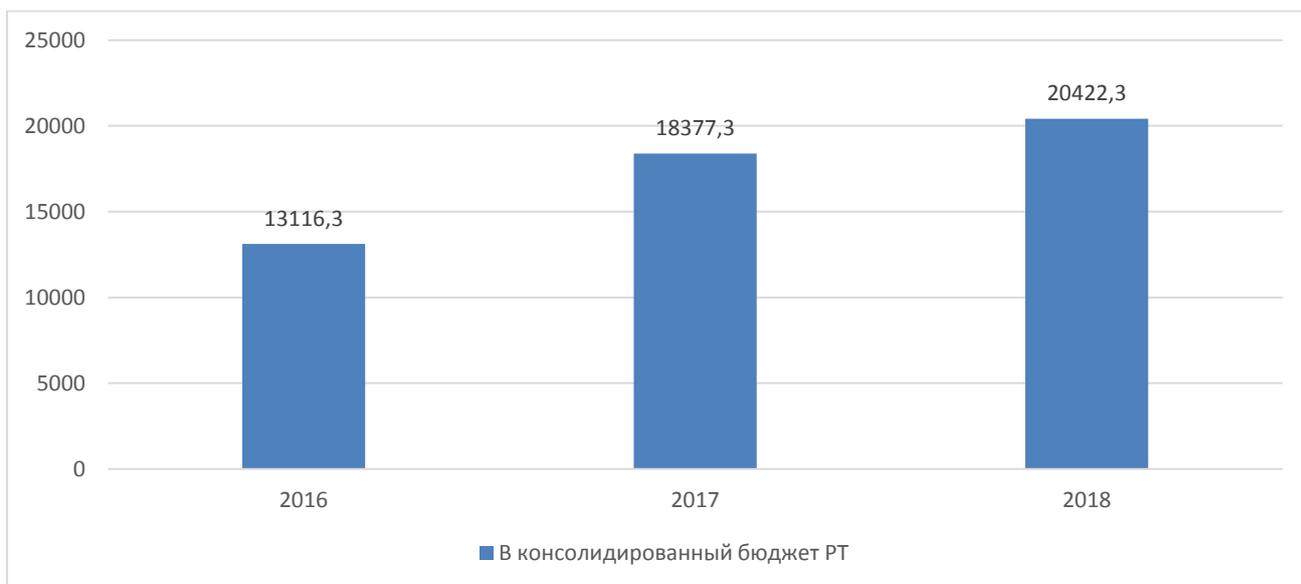
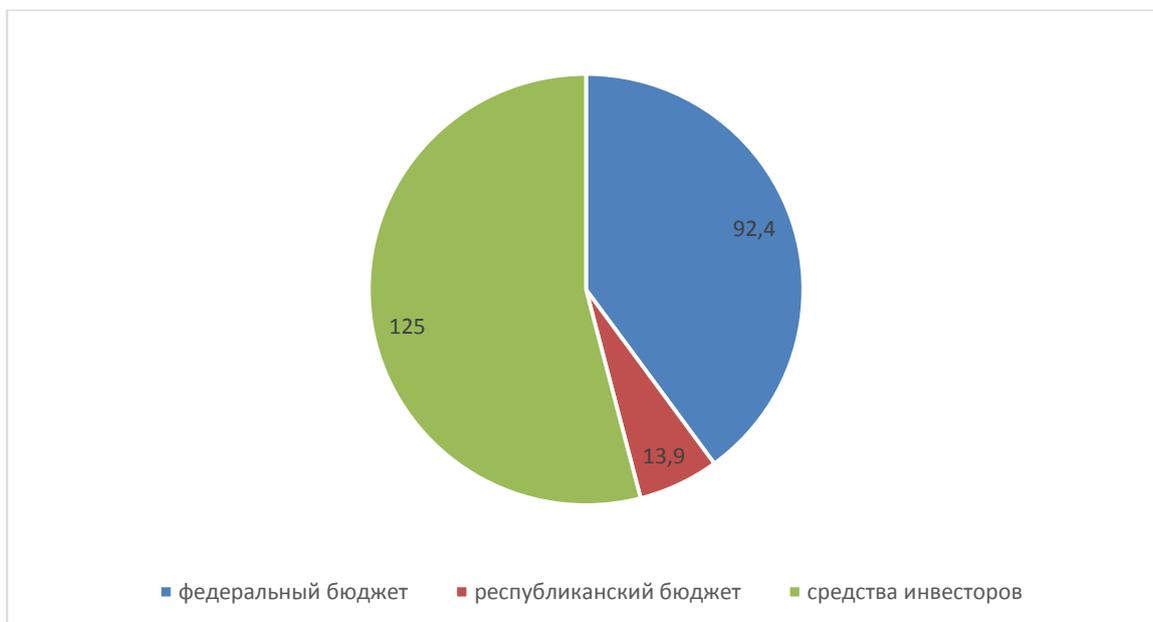


Рис.2.4. Поступление налогов и сборов от деятельности коллективных средств размещения туристов Республики Тыва (тыс. руб.)

По сравнению с 2016 годом поступление налогов и сборов от туристической деятельности увеличилось на 55%.

В Республике Тыва в целях развития и поддержки внутреннего и въездного туризма действует государственная программа «Развитие культуры и туризма на 2014-2020 гг.» с подпрограммой «Развитие туризма в Республике Тыва».

За последние 5 лет на развитие отрасли вложены инвестиции в размере **231,3** млн. рублей, из них средств федерального бюджета - 92,4 млн. рублей, республиканского бюджета - 13,9 млн. рублей, средства инвесторов – 125 млн. рублей.



**Рис.2.5. Вложенные инвестиции на развитие туризма с 2014 по 2018 гг.
(в млн. руб)**

На территории Республики Тыва создан Экспертный совет по государственно-частному партнерству в сфере развития культуры и туризма в Республике Тыва постановлением Правительства Республики Тыва от 22 ноября 2012 г. № 644. В 2016 году государственную поддержку получили 3 туристские организации, общая сумма поддержки которых составила 6,8 млн. рублей. По результатам реализации данных проектов благоустроены аржааны «Ажыг-Суг», «Тарыс» и «Шивилиг». Всего создано 18 рабочих мест.

Таблица 2.3

Проекты, получившие государственную поддержку в 2016 г.

Наименование проекта	Сумма государственной поддержки из республиканского бюджета, тыс. рублей	Собственные средства субъектов предпринимательства, тыс. рублей
Создание турбазы «Шивилиг» в Бай-Тайгинском районе	1000,0	500,0
Создание турбазы «Аржаан Ажыг-суг» в Чаа-Хольском районе	4300,0	700,0

Создание турбазы «Аржаан Тарыс в Тере-Хольском районе»	1500,0	1500,0
--	--------	--------

2.3. Основные направления внутреннего туризма в Республике Тыва, их характеристики

Рост популярности здорового образа жизни, спортивные традиции, доступность использования имеющейся инфраструктуры предопределили три основных направления в развитии спортивного туризма:

- оздоровление населения через развитие активных форм туризма, такие виды туризма как пеший, горный, водный, парусный и т.д.;

- развитие "фанат-туризма" через организацию туристских маршрутов, включающих преодоление категорированных по трудности препятствий в природной среде (дорог и троп с различным покрытием и бездорожья, переправ, перевалов, вершин, порогов, каньонов, пещер, водных путей и на дистанциях, проложенных в природной среде и на искусственном рельефе с посещением массовых спортивных мероприятий, в основе которого лежат соревнования на маршрутах (спортивный поход, возрождение и развитие туристско-спортивных клубов);

- создание охотничьих хозяйств.

Целью развития спортивного туризма в Республике Тыва является дальнейшее развитие и популяризация спортивного туризма, привлечение детей, подростков и молодежи к регулярным занятиям физической культурой и спортом, в частности, спортивным туризмом, создание условий для массового развития спорта высших достижений, эффективной подготовки сборных команд Республики Тыва по спортивному туризму, развитие детско-юношеского спорта.

Основными проблемами в развитии спортивного туризма являются:

- отсутствие общественной спортивной организации (федерации) по спортивному туризму, которая играет главную роль в развитии данного вида спорта;

- отсутствие штатных единиц профильных специалистов в спортивных учреждениях Республики Тыва (спортивные школы, детско-юношеские спортивные школы);

- отсутствие спортивных клубов при общеобразовательных организациях, учреждениях среднего профессионального образования;

- отсутствие финансирования для развития спортивного туризма на муниципальном и республиканском уровнях.

К 2030 году в Республике Тыва будет создана Региональная общественная организация "Федерация по спортивному туризму Республики Тыва", которая будет развивать спортивный туризм на территориях муниципальных образований Республики Тыва.

К наиболее перспективным направлениям спортивного туризма в республике можно отнести автотуризм и охотничье-рыболовный туризм.

Охотничье-рыболовный туризм – это оплачиваемый вид путешествий, главной целью которых является охота и рыбалка. Стоимость охотничье-рыболовных туров значительно превышает стоимость любительской охоты за счет комплекса услуг, предоставляемых турагентом и туроператором. Данный вид туризма имеет довольно высокую стоимость и его можно во многих случаях отнести к разряду элитарного отдыха.

Для охотничье-рыболовного туризма характерна высокая социальная ответственность за использование, охрану и воспроизводство природных ресурсов.

Основными факторами, сдерживающими развитие охотничье-рыболовного туризма в Республике Тыва, являются:

1) отсутствие официально зарегистрированных охотничьих хозяйств, с заключенными охотхозяйственными соглашениями, которые могли бы предоставлять услуги в области охотничье-рыболовного туризма;

2) дефицит высококвалифицированных кадров в сфере охотничьего хозяйства, имеющих необходимый опыт работы и профильное образование, отсутствие соответствующих специалистов в сфере охотничье-рыболовного туризма;

3) низкий уровень развития туристской инфраструктуры и качества предоставляемых услуг, недостаточность, а в ряде случаев - отсутствие объектов туристского класса и досуга, прежде всего, в районах республики (гостиницы, гостевые дома, рестораны, пункты общественного питания, туристские центры, туристские и охотничье-рыболовные магазины, охотничьи базы и т.п.);

4) недостаточно активная реклама на внутреннем и внешнем рынках;

5) отсутствие эффективной системы государственного статистического учета туристского потока в республике;

6) отсутствие теоретических данных, позволяющих прогнозировать развитие рынка услуг в сфере охотничье-рыболовного туризма, оценивать меняющийся потенциал развития туризма;

7) неразвитая транспортная инфраструктура республики.

Туристская отрасль – это одна из главных отраслей в мире, и занимает третье место по доходности после нефтехимической и автомобильной отраслей.

Автотуризм – это разновидность путешествий, в которых люди посещают другие местности или страны, а основным транспортным средством является автомобиль.

По-настоящему массовым автотуризм в Республики Тыва сможет стать только при участии и организующей роли туристских предпринимательских структур. Создание организованных и разработанных автотуров и продажа их на рынке туристских услуг позволит:

- регулировать самодеятельный туризм;

- распределять турпотоки по туристским центрам (способствует развитию новых маршрутов, недоступных даже для автобусных туров);

- включить данный вид туризма в рейтинги, оценивать привлекательность тех или иных объектов;

- обезопасить путешествующих на автотранспорте, предлагая им разработанные и проверенные маршруты, а также страховку на время путешествия;

- способствовать популяризации краеведения и историко-краеведческой культуры среди туристов путем ознакомления с историческими архитектурными памятниками Республики Тыва;

- способствовать формированию экологической культуры среди участников;

- способствовать развитию туристского рынка благодаря появлению новых турпродуктов, связанных с автотуризмом, что увеличит процент инвестиций в российский туризм.

Факторы, препятствующие развитию данного вида туризма:

1) крайне маленькое количество объектов дорожного сервиса сомнительного качества, распределенных по огромной территории очень неравномерно;

2) на трассах республики недостаточное количество парковочных мест, а качественные стоянки для грузовых автомобилей практически отсутствуют;

3) повсеместно не хватает туалетов (даже уличных);

4) объекты инфраструктуры, расположенные около дорог, недостаточно освещены в ночное время.

Между тем, создание придорожной инфраструктуры и сопутствующих сервисов – это единственный сегмент дорожного строительства, который может обеспечить приемлемую доходность инвесторам. Необходимо нормативное правовое регулирование объектов придорожного сервиса. В противном случае инвестировать в придорожную инфраструктуру будет слишком великим риском.

Как показывает зарубежный опыт, именно поддержка на государственном уровне позволяет полностью реализовать перспективы строительства

инфраструктуры автотуризма, возможности привлечения инвестиций в развитие придорожного сервиса, а также превратить внутренний и въездной автотуризм в важную доходную часть бюджета республики.

Экологический туризм. Экологический туризм – один из наиболее динамично развивающихся сегментов туристского бизнеса во всем мире (мода на природу).

Развитие экологического туризма в республике с ее ландшафтным разнообразием, природно-рекреационным потенциалом и традиционной культурой является одним из перспективных направлений туризма. Рациональное использование природных ресурсов особо охраняемых природных территорий (далее - ООПТ) республиканского значения в рекреационных целях могут решить многие социальные, экономические и экологические задачи.

Определены следующие приоритеты развития данного направления:

- увеличение количества отдыхающих в оборудованных местах отдыха (создание условий для функционирования оборудованных кемпингов, где организован вывоз мусора, имеются туалеты, места для умывания);
- увеличение количества доходов юридических и физических лиц от оказания платных услуг отдыхающим в оборудованных кемпингах;
- создание условий для безопасности жизни, здоровья (соблюдения санитарных норм) отдыхающих и сохранности их имущества (организация работы охраны, инструктора первой помощи, наличие мест для умывания, туалетов);
- снижение негативного воздействия на экологическое состояние памятников природы (уменьшение количества незарегистрированных туристов, отдыхающих в необорудованных местах отдыха).

Основной задачей отраслевого проекта является создание условий для развития экологического туризма на ООПТ республиканского значения, в том числе:

- проведение землеустроительных работ для внесения сведений в государственный кадастр недвижимости о границах ООПТ (для возможности постановки на кадастровый учет земель ООПТ);

- перевод земель в границах ООПТ из других категорий в категорию земель ООПТ с принятием соответствующего постановления Правительства Республики Тыва (для возможности осуществления туристско-рекреационной деятельности);

- передача земель ООПТ (шириной 1000 метров вокруг озер Дус-Холь, Хадын, Чагытай и Торе-Холь) из муниципальной собственности в собственность Республики Тыва (для исключения случаев незаконного выделения земельных участков, а также для инвестиционной привлекательности данных территорий);

- проведение инвентаризации существующих объектов строительства на территории памятника природы "Озеро Дус-Холь", внеплановых выездных проверок на предмет соблюдения обязательных требований законодательства об экологической экспертизе, а также направление исков в судебные органы для сноса объектов строительства, возведенных с нарушением требований законодательства об экологической экспертизе;

- функциональное зонирование территории памятника природы "Озеро Дус-Холь" (определение границ зон для размещения объектов капитального строительства, некапитального строительства (кемпингов) и зон особой охраны);

- разработка генеральных планов (проектов планировки территории) для территорий туристско-оздоровительного комплекса "Кластер Дус-Холь, Хадын" и туристско-горнолыжного комплекса "Станция Тайга";

- принятие нормативно-правовых актов, ведомственных приказов о порядке согласования размещения объектов строительства, об утверждении схем размещения и критериев, предъявляемых к обустройству кемпингов;

- формирование земельных участков, а также проведение конкурсов на право размещения объектов капитального строительства и кемпингов;

- привлечение инвестиций на строительство инфраструктуры (дороги, энергоснабжение, водоснабжение), а также на строительство туристских, рекреационных объектов (баз отдыха, пансионатов, кемпингов) на территориях памятников природы - озерах Дус-Холь, Хадын, Чагытай и Торе-Холь и кластерном участке "Тайга";

- привлечение инвестиций на строительство санаторно-курортного комплекса на территории туристско-оздоровительного комплекса "Кластер Дус-Холь, Хадын";

- привлечение инвестиций на строительство современной горнолыжной базы на территории "Туристско-горнолыжного комплекса "Станция "Тайга";

- создание брендов "Озеро Дус-Холь (Сватиково) - здравница Сибири" и "Тува - край чистых озер".

В пик туристского сезона, с июля по август, в республике ежегодно проводится более 200 культурных событий, наиболее масштабные из них - празднование народного праздника животноводов "Наадым", международные фестивали "Устуу-Хурээ", "Хоомей в Центре Азии", набирает обороты межрегиональный фестиваль русской культуры на Малом Енисее. В рамках событийного туризма в 2017 году республику посетило более 10 тыс. туристов.

Гастрономический туризм. В силу традиционного уклада жизни, самобытной культуры и экологической обстановки Республика Тыва имеет существенный потенциал для развития гастрономического вида туризма, который необходимо должным образом организовать и представить.

В Едином реестре субъектов МСП ФНС зарегистрированы 340 субъектов предпринимательства, занятых производством пищевых продуктов и деятельностью по предоставлению продуктов и напитков. Из них 226 - объекты общественного питания (11 ЮЛ и 215 ИП) и 114 производств. Наибольшее количество зарегистрировано в г. Кызыле - 173 ед. (51 процент), в Кызылском районе - 32 ед. (9,5 процента), Дзун-Хемчикском - 19 ед. (5,6 процента) и Улуг-Хемском - 17 ед. (5 процентов).

Наиболее перспективными районами для развития гастрономического туризма и придорожного сервиса являются Тоджинский, Каа-Хемский, Тандинский, Эрзинский и Монгун-Тайгинский районы. Для организации придорожного сервиса вдоль федеральной трассы Р-257 "Енисей" (М-54) особое внимание стоит уделить Пий-Хемскому, Кызылскому, Улуг-Хемскому, Дзун-Хемчикскому и Овюрскому районам.

На территории республики представлены тувинская, русская, европейская, кавказская, японская, китайская, корейская и вьетнамская кухни.

На территории республики действуют заведения, специализирующиеся на тувинской национальной кухне – этнотуристский комплекс "Алдын-Булак", кафе-юрта "Тос-Карак", "Юрта Субедея", "Царская охота", кафе "Березка", кафе "Бууза", столовая Центра традиционной тувинской культуры. Производства, работающие по традиционным технологиям, - Маралхоз, "Одуген", "Тыва-мороженное", "Травы Тувы"; фермерские хозяйства - Спок "Заря", КФХ "Оюн", птицефабрика, питомник "Черби", участники "Кыштаг для молодой семьи" и т.д.

Любой продукт туризма должен быть интерпретирован и донесен до туриста: аутентичные продукты и рецепты, формат, место, традиции, кухня. Рецепты могут быть адаптированы, традиционные блюда готовиться на новый лад - стать менее жирными и более быстрыми в приготовлении. Необходимо работать над качеством сервиса, в том числе направлять и обучать местный бизнес техникам презентации и продвижения местных продуктов.

Проблемой, требующей решения на государственном уровне, являются нормы санитарно-эпидемиологических служб, которые сложно выполнить на маленьких производствах и гастрономических фестивалях, ярмарках.

Для успешного развития данного направления необходимо:

- 1) определение и формирование реестров местных брендовых блюд (тувинская баранина, изиг-хан, дикоросы, тувинский сыр и т.д.), производителей, объектов гастрономического туризма, а также их целенаправленное развитие;

2) внедрение в систему управления методов стимулирования и государственной поддержки объектов гастрономического туризма;

3) подготовка конкурентоспособного кадрового потенциала для предприятий индустрии гастрономического туризма Республики Тыва;

4) разработка программы продвижения гастрономических туристских брендов республики, а также реализация мероприятий по созданию и формированию имиджа республики как территории, благоприятной для гастрономического туризма;

5) проведение гастрономических фестивалей и включение их в культурную программу мероприятий (фестиваль "Тувинская баранина", "Ак-чем", "Президентская щука", "Рыба. Дичь", "День варенья", "День меда" и т.д.);

6) развитие общественных институтов по оценке ресторанов и кафе (профессиональные дегустаторы, акции "Ревизорро"), использование и развитие интернет-ресурсов (menu.ru, restaurant.ru и др.).

Сельский туризм. Сельский туризм как давно известное явление в последние годы, используя новые драйверы развития, становится все более востребованным видом отдыха. Как показывает отечественная практика, сельский туризм зачастую отождествляется со многими другими видами - агротуризмом, гастрономическим, экологическим, зеленым, активным, спортивным и т.д.

Диверсификация спроса современных путешественников обусловила расширение видового разнообразия турпродуктов. Наряду с появлением новых направлений в туризме (космический, эзотерический, политический туризм и пр.) возрождается интерес к давно известным видам отдыха, в том числе к тем, которые ранее не пользовались широким спросом. В полной мере это относится к сельскому туризму.

За многие десятилетия сельский туризм так и не стал массовым явлением. Однако в настоящее время его турпродукты занимают устойчивую нишу в туристском спросе, что особенно наглядно видно на региональном уровне. В России в индустрию сельского туризма интегрированы более 4000 объектов,

что удовлетворяет спрос на 12 - 15 процентов. Следовательно, есть потенциал для создания новых 30 - 40 тыс. объектов сельского туризма.

Перспективность освоения этого потенциала подтверждается прогнозами бурного роста сельского туризма (в среднем 10 - 20 процентов в год). Такие темпы показывает опыт развития сельского туризма в Республике Карелия, Алтайском крае, Вологодской, Калужской, Белгородской, Псковской, Ленинградской областях, которые раньше других определили этот сектор туризма как приоритетное направление развития сельских территорий и оказали ему государственную поддержку. Так, по мнению экспертов Национальной ассоциации сельского туризма, "число горожан, предпочитающих проводить свободное время в деревне, неуклонно растет и в перспективе их доля от всего внутреннего туристского потока России может достичь европейского уровня (15 - 20 процентов)".

Привлечение туристов в сферу сельского туризма должно быть основано на особенности традиционного кочевого ведения животноводства, уникальности наличия природно-климатических зон от тундровой зоны вечной мерзлоты до песчаных полупустынь и разведении в Туве семи видов сельскохозяйственных животных, в тундровой зоне Тоджинском районе - северных оленей и верблюдов - в полупустынях Эрзинского и Тес-Хемского районов. Республиканский народный праздник животноводов "Наадым" выступает как событийный туризм в рамках сельского туризма.

С созданием ГУП "Мараловодческое хозяйство "Туран" начал функционировать туристско-оздоровительный комплекс, санаторий с помещениями для ваннных лечебно-оздоровительных процедур с использованием продукции мараловодства, в частности, пантовые ванны, наличием трех гостевых домиков, трех бань и здания ресторана.

Факторами, способствующими росту популярности сельского туризма, в республике являются развитие современного туризма и сельского хозяйства, их организационных форм, технологий, что позволяет создавать доступные и attraktivные экспозиции, интеграция туристской деятельности в работу

сельских предприятий как функции диверсификации основной деятельности, удержания трудовых ресурсов, развития малого предпринимательства, повышения доходов и смягчения сезонности, организованное пребывание туристов в крестьянской семье, которая занимается сельскохозяйственной и другой деятельностью, развлекательный вид туризма, сосредоточенный на сельских территориях, который предусматривает использование сельского (фермерского) хозяйства с целью рекреации, образования или активного привлечения к традиционным формам, различные формы туризма, связанные с функционирующим сельским хозяйством [40].

Глава 3. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ КАК СФЕРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

3.1. Направления туризма, которые могут развиваться при помощи малого предпринимательства

Уровень развития малого бизнеса в России значительно отстает от развития данного сектора в постиндустриальных странах (США, Япония, Франция, Великобритания, Германия) и явно недостаточен с точки зрения потребностей настоящего периода в РФ. В таких условиях значительная роль в решении проблемы развития малого предпринимательства должна быть отведена сфере услуг, и в частности индустрии туризма, которая может стать реальной возможностью для развития малых форм экономической деятельности, так как она имеет большой потенциал для привлечения предпринимательских ресурсов, не требует таких огромных 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, повышенное внимание с позиции вложения капитала именно в эту индустрию является сейчас чрезвычайно актуальным [36].

Рассмотрим основные направления сервиса и туризма, которые могут развиваться при помощи малого предпринимательства. К этим направлениям можно отнести гостиничный бизнес (в последнее время в мире становятся все более популярными малые отели), сектор услуг туристических агентств, совсем новое направление сервиса и туризма для нашей страны - аграрный туризм, развитие различных народных промыслов и ремесленничества, создание новых уникальных маршрутов для небольших групп населения, развитие сферы предоставления услуг питания.

В целях оказания поддержки и содействия субъектам туристской отрасли в развитии туристической привлекательности региона, строительстве туристско-рекреационных комплексов, а также иной туристской инфраструктуры, администрации различных регионов осуществляют работу, направленную на создание благоприятного климата в сфере туризма различных регионов Российской Федерации.

В настоящее время в различных регионах Российской Федерации ведется активная работа по развитию малого бизнеса в сфере сервиса и туризма. Это

обусловлено пониманием процессов, происходящих в мировой отрасли сервиса и туризма, тенденциями, существующими в этой отрасли, а также тем, что именно малое предпринимательство является одним из наиболее приемлемых направлений для развития сферы сервиса и туризма. Именно малое предпринимательство способно оперативно реагировать на все изменения, которые происходят в такой динамичной и пластичной сфере как сервис и туризм.

Таким образом, был дан старт новому этапу его развития, главная задача которого - вывод малого бизнеса на качественно новый уровень. Рассмотрение социально-экономических характеристик современной России дает возможность выделить как благоприятные, так и неблагоприятные факторы для развития индустрии туризма на уровне малого бизнеса. Говоря о первых, можно заметить, что для Российской Федерации, как и для большого количества стран Европы, характерны постепенное старение общества, увеличение количества городского населения в сравнении с сельским населением, довольно высокий уровень образованности, большое количество праздничных и выходных дней, возрастающий интерес россиян к людям в других странах и городах. Все перечисленные факторы закладывают хорошие основы для туризма. Говоря о неблагоприятных условиях объективного характера, необходимо сказать, что определенным «тормозящим» фактором для развития въездного и внутреннего туризма является довольно низкий уровень жизни основного количества граждан страны. Если в ближайшие годы станет возможным переломить эту негативную тенденцию и стимулировать рост доходов, то российский туризм ожидает дальнейший подъем.

Большое влияние на формирование въездных туристопотоков имеют длительные экономические, культурные, а также исторические связи со странами. Преобладающий объем потока туристов приходится на страны СНГ. Последние годы, однако, отмечается увеличивающийся туристический поток из Турции, Китая, Израиля. В 2017 г. Россию посетили 2510238 иностранцев с туристическими целями. Из них услугами российских туристских фирм

воспользовались лишь 9,3%. Это свидетельствует о том, что отечественные фирмы пока не заняли должного места в международном туристском бизнесе и уступают инициативу в организации въездного туризма зарубежным конкурентам [47].

В настоящее время в России наметилась возрастающая тенденция проникновения иностранных туристских фирм на внутренний рынок туристских услуг. И, как правило, иностранные туроператоры осуществляют самостоятельное обслуживание своих туристов в России, не привлекая для приема местных туроператоров. Для большинства иностранных туристов (72,9%), воспользовавшихся услугами туристских фирм, основной целью поездки в Россию является отдых; большой популярностью у них пользуется также круизный туризм по России (15,8%).

Зимние месяцы года у иностранцев, посещающих Россию с целью отдыха, являются в основном мертвым сезоном (на них приходится лишь 2,7-3,4% обслуженных туристов). Увеличение оттока иностранных туристов начинается с марта (4,6%) и достигает своего пика в августе (18,5%), после чего начинает снижаться (с 11,3% в сентябре до 5,3% в ноябре). Дальнейшее развитие въездного и внутреннего туризма никак невозможно без энергичного продвижения российского турпродукта на международном рынке, без формирования имиджа России за рубежом как государства, благоприятного для туризма.

На мировом рынке наблюдается низкий уровень рекламы об уникальности регионов Российской Федерации, а также отсутствие продуманных туристских предложений по разнообразным маршрутам, с учетом размещения, питания, транспорта и т.д., дифференцированные по уровню доходов и разнообразным социальным группам населения.

Подробный анализ туристского рынка в РФ позволяет говорить о том, что развитие туризма в нашей находится сейчас на невысоком уровне. Сравнивая с другими государствами видно, что активность российских граждан остается скромной в связи с недостаточной платежеспособностью - только 26%

населения России совершают путешествия (к сравнению: в Германии, Японии - 79% населения, в Великобритании - 70%). По мнению большинства руководителей туристских фирм (63,3% из 1137 опрошенных фирм), в настоящее время наблюдается тенденция постепенного роста популярности внутреннего туризма. Для внутреннего туризма характерны в основном краткосрочные туры (1-14 дней) с целью отдыха, оздоровления и т.д. (70,8% количества обслуженных туристов). Отдают предпочтение круизам на теплоходах и в автобусах 12%, выезжают на лечение в республиканские курорты и здравницы 6%. Только 11% россиян могут позволить себе более продолжительный организованный отдых (15-28 дней). Пик внутреннего туризма приходится на июль и август (20,6% и 23,1% туристов соответственно).

Таким образом, при наличии несомненных социальных и культурных предпосылок, благоприятствующих развитию малого бизнеса в туристической сфере, в России имеются серьезные сдерживающие факторы этого развития. К ним относятся, прежде всего, малая обеспеченность широких слоев общества, невысокие пенсии, и как следствие, отсутствие «привычки» путешествовать у представителей соответствующих социальных слоев. Кроме того, в России имеются так называемые «институциональные барьеры» для развития малого предпринимательства в сфере туризма, которые уместно рассмотреть отдельно.

3.2. Проблемы кадрового обеспечения отрасли туризма

Развитие сферы туризма является одним из наиболее перспективных направлений совершенствования экономики Республики Тыва и на сегодняшний день отрасль относится к наиболее динамично развивающимся отраслям экономики. Однако проблема кадрового обеспечения остается довольно острой. Несмотря на изобилие специальных образовательных учреждений, высших учебных заведений, готовящих кадры для индустрии туризма, на рынке туристских вакансий существует дефицит квалифицированного персонала [40].

Современная система профессионального образования в сфере туризма требует усовершенствования в части приведения в соответствие современным требованиям работодателей, большей ориентации образования на практику, разработки и внедрения профессиональных стандартов, повышения качества учебно-методических материалов, учета специфики организации туристской деятельности в Республике Тыва при подготовке кадров.

В первую очередь необходимо установить требуемый профессиональный состав, структуру и количество специалистов в сфере туризма на среднесрочную перспективу с учетом планов развития туризма. Это послужит ориентиром для образовательных учреждений, существующих и будущих специалистов в сфере туризма, позволяющим определить состав и содержание образовательных программ, а также траекторию развития профессиональных компетенций.

В настоящее время одной из важнейших проблем остается подготовка экскурсоводов, гидов-переводчиков, инструкторов-проводников. Для повышения качества туристских услуг необходимо разработать и внедрить систему обеспечения и контроля осведомленности указанных категорий специалистов о специфике туристских ресурсов региона и их допуска к работе.

По официальным данным Красноярскстата, в 2017 году в сфере туризма трудоустроено 457 человек, без внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам, из них в коллективных средствах размещения - 392 человека, в туристских фирмах - 65 человек. Стоит отметить, что большая часть работников сферы туризма не имеет профильного образования.

Наблюдается низкая заинтересованность руководителей и собственников коллективных средств размещения, туристских организаций на регулярной основе осуществлять подготовку и переподготовку персонала ввиду отсутствия обязательного характера процесса обучения и отсутствия мер ответственности.

Существует необходимость нормативного установления не только возможной периодичности проведения обучения работающего персонала, но и меры ответственности за нарушение установленных норм.

Незначительный уровень отраслевой занятости, с одной стороны, объясняется наличием неформального сектора в экономике отрасли и отсутствием в связи с этим достоверных статистических данных, а с другой стороны - неудовлетворительным соотношением численности обслуживающего персонала и клиентов, что, в свою очередь, является фактором невысокого качества предоставляемых услуг.

Для снижения численности неквалифицированного персонала ведется подготовка кадров по направлению "Туризм" в организациях среднего профессионального и высшего образования в учебных заведениях республики.

Подготовка специалистов по программам среднего профессионального образования по направлению подготовки "Туризм" осуществляется в ГБПОУ Республики Тыва "Тувинский техникум предпринимательства", НПОУ "Кызылский техникум экономики и права потребительской кооперации", по направлению подготовки "Педагогика дополнительного образования" с квалификацией специалиста "Педагог дополнительного образования в области туризма и краеведения" - на базе Кызылского педагогического колледжа.

Подготовка специалистов с высшим образованием по направлению подготовки "Туризм" осуществляется в ФГБОУ ВО "Тувинский государственный университет" (далее - ТувГУ). Также в ТувГУ разработана программа годичной профессиональной переподготовки по направлению подготовки "Сервис и туризм" и курсы повышения квалификации "Гид-экскурсовод" на базе Института профессиональной переподготовки и повышения квалификации кадров.

3.3. Факторы, препятствующие развитию отрасли туризма в Республике Тыва и пути их решения

Основными факторами, сдерживающими рост конкурентоспособности Республики Тыва на российском и международном рынках туристских услуг и, как результат, препятствующими реализации ее туристского потенциала, являются:

- недостаточность и неразвитость инфраструктуры туризма (недостаточность, а в ряде районов отсутствие средств размещения туристского класса и объектов досуга, неудовлетворительное состояние многих туристских объектов показа, отсутствие качественной придорожной инфраструктуры практически на всех автодорогах республики);

- низкая инвестиционная привлекательность (отсутствие доступных инвесторам долгосрочных кредитных инструментов с процентными ставками, позволяющими окупать инвестиции в объекты туристско-рекреационного комплекса в приемлемые для инвесторов сроки);

- дефицит квалифицированных специалистов (невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии вследствие недостатка профессиональных кадров).

Тува располагает огромным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма.

Для решения проблем, препятствующих реализации туристского потенциала республики, предлагаются некоторые пути их решения.

- 1) совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере туризма;

- 2) формирование доступной и комфортной туристской среды и создание туристской инфраструктуры, в том числе сопутствующей (транспорт, энергетическое обеспечение, общественное питание, индустрия развлечений и др.);

- 3) стимулирование привлечения частных инвестиций в развитие туризма, реализация инвестиционных проектов с применением механизма государственно-частного партнерства;

- 4) сохранение, развитие и рациональное использование природно-ресурсного комплекса и культурного-исторического наследия;
- 5) организация трансграничных туристских маршрутов и объектов с учетом развития перспективных транспортных коридоров Республики Тыва;
- 6) применение кластерного подхода в реализации проектов в сфере туризма;
- 7) создание в Туве туристских кластеров для дальнейшего получения статуса территорий опережающего развития и особых экономических зон;
- 8) формирование положительного информационного поля.

В настоящее время большое внимание в России уделяется разработке механизмов нормативно-правового регулирования в сфере туризма. Основные усилия направлены на повышение гарантий и эффективности защиты прав и интересов потребителей туристского продукта, качества и безопасности туризма. Упрощен механизм "входа" на рынок туристских услуг, но одновременно приняты меры ответственности туроператора перед клиентами за предоставляемые услуги - обязательное страхование рисков. В целях повышения качества туристских услуг и обеспечения безопасности туризма разрабатываются стандарты и классификаторы объектов туристской индустрии.

Основные направления совершенствования нормативно-правового регулирования в сфере туризма предполагают разработку правовых актов, касающихся всех секторов развития индустрии туризма, создания туристско-рекреационных парков, туристских объектов приоритетного развития, направленных на стимулирование инвестиционной активности, повышение качества туристских услуг, государственную поддержку внутреннего и въездного туризма.

Необходимо проработать нормативно-правовую базу на муниципальном и республиканском уровнях, которая будет способствовать решению проблем нелегальной туристской предпринимательской деятельности, следует проводить разъяснительную работу среди населения об экономических выгодах официальной регистрации и отчетности их деятельности. В целях легализации

туристской деятельности требуется сформировать реестр субъектов туристской деятельности, обеспечить предоставление органами государственной и муниципальной власти финансовой, имущественной, информационно-консультационной и других форм поддержки в соответствии с законодательством.

Отсутствие в настоящий момент развитой транспортной инфраструктуры в значительной степени затрудняет развитие туристской отрасли региона, в том числе отсутствие туристского автотранспорта, регулярных автобусных и речных туристских маршрутов, несмотря на имеющиеся богатейшие водные ресурсы. Высокие цены, отсутствие низкобюджетных перевозчиков, а также высокий физический износ воздушного и автомобильного парка негативно влияют на рост туристских прибытий. Вопросами, требующими своего решения для дальнейшего развития автобусных туристских перевозок, остаются состояние дорожной сети, низкое качество придорожного сервиса и сервиса туристского обслуживания на автовокзалах и в поездках.

На развитие туризма негативно отражается и пассивность представителей туристского бизнеса, недостаточное разнообразие конкретного туристского продукта и преобладание культурно-познавательного туризма в регионе, в то время как общемировые тенденции демонстрируют популярность специализированных видов туризма, где ознакомление с достопримечательностями является частью разнообразной программы туров.

Недостаточное использование трансграничного потенциала республики. Организация трансграничных туристских маршрутов, включающих посещение туристских объектов пограничных государств и создание туристских центров вдоль основных транспортных коридоров, в первую очередь, на основе территорий с ценным историко-культурным наследием, будет способствовать развитию отрасли в целом.

Создание и модернизация туристских комплексов на целебных источниках "Уш-Бельдир" (Северный аржаан) и "Тарыс" (Южный аржаан), а также на степных озерах с соленой водой и лечебной грязью Дус-Холь, Чедер

поможет повысить уровень жизни населения, обеспечить занятость и увеличить поступления в бюджеты всех уровней.

Для решения задачи по стимулированию привлечения частных инвестиций в развитие туризма реализация инвестиционных проектов с применением механизма государственно-частного партнерства предполагается использовать механизм субсидирования процентных ставок по кредитам и займам, привлеченным в российских кредитных организациях инвесторами объектов туристско-рекреационного использования с длительным сроком окупаемости.

Государственная поддержка сферы туризма осуществляется в рамках реализации федеральных и региональных государственных программ. Республике Тыва необходимо развитие туристской инфраструктуры в историко-культурных центрах Тувы. В перспективных для привлечения туристов городах и районах республики целесообразно формирование культурно-туристских зон, включающих не только памятники архитектуры, истории и культуры, но и объекты, предоставляющие туристам полный комплекс услуг проживания, питания, развлечений, информационного обслуживания и др. Особенностью таких зон является их использование как туристами, так и местными жителями, что особенно важно для социально-экономического развития республики в целом. Таким образом, вопросы создания туристской инфраструктуры должны быть тесно взаимосвязаны с потребностями в развитии историко-культурных центров Тувы.

Для развития культурно-познавательного туризма в Республике Тыва необходимо развивать инфраструктуру имеющихся музеев. Для увеличения привлекательности данных музейных комплексов необходимо расширение экспозиции, приведение их в соответствие с международными стандартами, организация выездных выставок уникальных музейных экспонатов, проведение исторического моделирования, приобретение новых экспонатов и благоустройство территории.

Для сохранения историко-культурного наследия Республики Тыва должна быть продолжена работа по сохранению памятников культуры. Создание музейно-туристских комплексов позволит решить проблемы сохранения археологических памятников и поспособствует развитию рекреационных возможностей региона. Для этого необходимо создать современные музейно-туристские комплексы, в том числе в таких местах как "Долина царей" (Пий-Хемский район), "Пор-Бажын" (Тере-Хольский район).

Для реализации задачи по организации трансграничных туристских маршрутов и объектов с учетом развития перспективных транспортных коридоров Республики Тыва необходимо создание нового трансграничного транспортного коридора Россия - Монголия - Китай ("Кызыл - Чадан - Хандагайты - госграница с Монголией"). Проект направлен на снятие ограничений в транспортной инфраструктуре, включение Республики Тыва в глобальные транспортные маршруты.

Данный маршрут является одним из выгодных маршрутов из Европейской части России в Китай и позволит существенно активизировать развитие экономики сибирских регионов и придать дополнительный импульс в сотрудничестве России, Монголии и Китая.

Одним из путей решения авиатранспортной доступности республики является развитие маршрутов воздушного сообщения, реконструкция аэропортового комплекса в г. Кызыле и придание международного статуса аэропорту "Кызыл", учитывая, что уже сейчас в воздушном пространстве над республикой проходят более 20 международных авиатрасс.

В настоящее время из аэропорта "Кызыл" осуществляются рейсы в гг. Красноярск, Новосибирск, Иркутск. Реконструкция аэропортового комплекса в г. Кызыле, обновленная взлетно-посадочная полоса по техническим характеристикам может соответствовать международным требованиям, что позволит принимать такие воздушные суда, как Boeing 373, Airbus, ИЛ-76.

На сегодняшний день имеется потребность в расширении географии полетов - Пекин, Улан-Батор, Улангом, Урумчи.

Реализация указанных проектов предоставит возможность республике вписаться в единое экономическое пространство евразийского союза. Безусловно, это создает новые возможности для вывода экономики Тувы на качественно новый уровень.

Республика с точки зрения транспортной логистики рассматривается как открытый регион. И наиболее полно раскрывает сырьевые ресурсы республики, многие из которых находятся вблизи транспортных коридоров.

Кластерный подход предполагает сосредоточение на ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами. В рамках формирования туристско-рекреационных кластеров на основе научно-обоснованных решений, а также с использованием механизмов государственно-частного партнерства будут созданы необходимые и достаточные условия для скорейшего развития туристской инфраструктуры, а также сферы сопутствующих услуг.

Решение задачи по формированию по доступной и комфортной туристской среды и создание туристской инфраструктуры предусматривает проведение работ по созданию проектов ряда перспективных туристских кластеров за счет формирования государственно-частного партнерства. При этом планируется комплексное развитие туристской и обеспечивающей инфраструктуры туристско-рекреационных и автотуристских кластеров, которые станут точками роста развития региона, межрегиональных связей, активизировав вокруг себя развитие малого и среднего бизнеса.

В целях привлечения частных инвестиций, роста предпринимательской инициативы в сфере туризма планируется создать территории опережающего развития (ТОР) по кластерному принципу, в которых благодаря специальным налоговым режимам будут предоставлены льготные условия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, к основным направлениям сервиса и туризма, которые могут развиваться при помощи малого предпринимательства, можно отнести гостиничный бизнес (в последнее время в мире становятся все более популярными малые отели), сектор услуг туристических агентств, совсем новое направление сервиса и туризма для нашей страны - аграрный туризм, развитие различных народных промыслов и ремесленничества, создание новых уникальных маршрутов для небольших групп населения, развитие сферы предоставления услуг питания.

Аграрный туризм – это одна из форм туризма направленная на предоставление услуг по перемещению потребителей из городской местности в сельскую. Также аграрный туризм можно определить как туризм сельского гостеприимства. Аграрный туризм, или как ещё его называют сельский туризм, рассчитан на то, что уставший от городской местности и всей сопровождающей её суеты, человек стремится получить заслуженный отдых, даже на небольшой период времени. Так переезжая в сельскую местность, потребитель на некоторое время помещается в сельскую местность и поглощает все её особенности. Аграрный туризм можно воспринимать в узком и широком понимании. В узком понимании это осуществление мероприятий различного рода, к примеру, спортивных состязаний, оздоровительных поездок и прочих мероприятий, направленных на создание занятости населению сельской местности и привлечения целевой аудитории туристических организаций. В более широком понимании это сектор экономической деятельности в территориальном аспекте, когда ряд других сфер хозяйствования подстраиваются под данный вид туризма, для обеспечения соответствующих условий с целью притока новых средств в экономику региона.

Обобщив и подытожив все проблемы, с которым сталкивается туристский рынок Российской Федерации, можно выделить следующие десять главных трудностей:

– Низкий профессионализм (выражается в недостатке практических навыков, а, порой, и теоретических знаний, что является причиной низкого уровня подготовленности менеджеров туристических компаний).

– Низкое качество российского продукта (является следствием отсутствия гостеприимства и культуры обслуживания туристов на российских курортах, что не позволяет продавать отечественный туристический продукт).

– Недобросовестность иностранных партнеров (некорректное отношение иностранных партнеров к российским туроператорам).

– Отсутствие информации о ситуации в отдельных регионах России (отсутствие современных межрегиональных связей, отсутствие полной и объективной информации об особенностях потребностей в различных регионах России, а также об особенностях спроса, в зависимости от региональных групп).

– Недостаточный уровень культуры корпоративных отношений (недостаточно хорошо развит уровень бизнес-коммуникаций среди различных туристических фирм для решения общих рыночных проблем).

– Необъективность средств массовой информации (необъективная и недостоверная информация о ряде туристических компаний (информационная война компаний)).

- Отсутствие четкого позиционирования туристических фирм (частая смена деятельности туроператоров с одного комплекса клиентских сегментов на другой, отсутствие четкой позиции предложений на рынке).

– Отсутствие у малых туристических предприятий современных рекламных технологий.

– Недостаточная поддержка малого бизнеса в сфере туризма администрациями ряда регионов.

– Недостаточная проработанность нормативной и законодательной базы (непроработанность законодательной базы, контролирующей бизнес - взаимоотношения на рынке туруслуг).

В большей степени указанные проблемы относятся к сфере внутреннего туризма. Во-первых, туристским фирмам нерентабельно показывать Россию россиянам (фирмы работают преимущественно с прибыльными зарубежными турами).

Во-вторых, уровень цен на средства размещения достаточно высок при их низкой комфортабельности.

В-третьих, население России недостаточно информировано о рекреационных возможностях регионов страны.

В-четвертых, у туристских фирм возникают проблемы при работе с организациями санаторно-курортного комплекса и т.д. И в завершение, развитие внутреннего туризма, как и въездного, невозможно без инвестирования материально-технической базы туризма и прежде всего средств приема и размещения туристов, реконструкции и строительства автодорог, сферы развлечений, учреждений культуры и памятников истории.

Обобщая материалы данного исследования, нужно сказать, что туризм как отрасль малого бизнеса имеет ряд важных предпосылок для динамичного развития в нашей стране. Эти предпосылки для Российской Федерации, как и для большого количества стран Европы, характерны: постепенное старение общества, увеличение количества городского населения в сравнении с сельским населением, относительно высокий уровень образованности (а следовательно, и культурных запросов), большое количество праздничных и выходных дней, возрастающий интерес россиян к людям в других странах и городах. Все перечисленные факторы закладывают хорошие основы для туризма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) / Собрание законодательства РФ, 04.08.2014, N 31, ст. 4398.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 28.11.2018) // Собрание законодательства РФ, 03.08.1998, N 31, ст. 3823.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) : федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ. – Часть 1.
4. Федеральный закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ.
5. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма : учеб, пособие / А. Ю. Баранова. – М. : ИНФРА-М, 2017.
6. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для бакалавров / Л. Г. Березовая. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 477 с.
7. Боголюбов, В. С. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 293 с.
8. Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. – 2-е изд., испр. и доп., 2017.
9. Бородин, В. В. Экономика туризма : учеб, пособие / В. В. Бородин. – М. : Форум ; ИНФРА-М, 2016.
10. Бутко И.И., Ситников Е.А., Ушаков Д.С. Туристический бизнес: основы организации. - М.: Феникс, 2008. – 236 с.
11. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для академического бакалавриата / А. М. Ветитнев, В. В.

- Коваленко, В. В. Коваленко. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 340 с.
12. Ветитнев А.М. Курортное дело: учебное пособие / А.М. Ветитнев, Л.Б. Журавлева, М.: КНОРУС, 2009. – 271 с
13. Гаврилова, И. В. Развитие малого бизнеса в сфере туризма в России / И. В. Гаврилова, А. А. Каблукова, К. С. Колосова. // Молодой ученый. – 2016. – № 10 (114). – С. 659-663. — URL: <https://moluch.ru/archive/114/29874/> (дата обращения: 03.06.2020).
14. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
15. Журавлева З. И. Путешествуем по Туве. Очерки о достопримечательностях Тувы. / З.И. Журавлева. – Кызыл, 1981.
16. Ильина Н.И. Государственное регулирование развития туризма в России: Автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05 - Экономика и упр. нар. хоз-вом (по специализации: экономика, орг. и упр. предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг) Ульяновск. гос. ун-т экономики и финансов. – СПб.: Изд-во ТИСБ, 2000. – 18 с.
17. Здоров, А.Б. Экономика туризма: Учебник / А.Б. Здоров. – М.: ФиС, 2011. – 272 с.
18. Дмитриев, М.Н. Экономика туристского рынка.: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 311 с.
19. Дмитриев, М. Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 399с.
20. Драчева, Я. В. Экономика туризма : учеб, пособие / Я. В. Драчева, С. В. Лазовская. – Краснодар : Изд-во ЮИМ, 2012.
21. Иванилова, С. В. Экономика гостиничного предприятия : учеб, пособие / С. В. Иванилова. – М.: Дашков и К⁰, 2016.

22. Колодий, Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте : учеб. пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 326 с.
23. Крылов, Э.И. Экономика туризма: Учебник / Э.И. Крылов. - М.: Финансы и статистика, 2011. – 272 с.
24. Ларичева Е. А., Скляр Е.Н, статья «Сравнительный анализ развития малого и среднего предпринимательства в России и за рубежом», БГТУ, 2013 год
25. Лазарев, А. П. Экономика гостиничного предприятия : учеб, пособие / А. Н. Лазарев, Н. А. Зайцева, С. В. Огнева, Е. Н. Егорова. – М.: КноРус, 2016.
26. Лысакова Л. А., Карпова Е. М. Туризм. – М., 2006. С.70–71
27. Малых, Н. И. Экономика гостиничного предприятия : учеб, пособие / Н. И. Малых, Н. Г. Можяева. – М.: Форум; ИНФРА-М, 2013.
28. Морозов, М. А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме : монография / М. А. Морозов. –М.: Изд-во РосНОУ, 2005.
29. Морозов, М. А. Методика сбора и представления информации о регионе с целью оценки туристского потенциала методом моделирования / М. А. Морозов, Т. В. Львова // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. Труды IV Международной научно-практической конференции 28–29 апреля 2009 г. – М.: Диалог культур, 2009.
30. Морозов, М. А. Туристские дестинации и закономерности их развития: монография / М. А. Морозов. – М.: Изд-во МИГМТ, 2005.
31. Морозов, М. А. Управление персоналом на предприятиях туристской индустрии / М. А. Морозов // Стандарты и качество. - 2006. - № 2. - С. 54-58
32. Морозова, Н. С. Предпринимательство и конкуренция в туризме : монография / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М.: Изд-во РосНОУ, 2010.
33. Образовательный туризм в России : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.] ; под ред. С. Ю. Житенёва. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 237 с.

34. Овчаров, А.О. Экономика туризма: Учебное пособие / А.О. Овчаров. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 253 с.
35. Пузакова Е.П., Чесникова В.А. Международный туристический бизнес. – М.: Экспертное бюро, 1996. – 176 с.
36. Развитие предпринимательства и бизнеса в современных условиях: методология и организация / А. В. Шаркова, Т. В. Харитоновна, В. В. Белобрагин [и др.]; под общ. ред. М. А. Эскиндарова. – М., 2017.
37. Севек, В.К. Туристический потенциал Чеди-Хольского кожууна Республики Тыва: монография. / В.К. Севек. – Кызыл: Изд-во ТывГУ, 2011. – 187 с.
38. Старикова Н.Е. Политический фактор как один из компонентов системы эффективного управления туристической отраслью (на примере сибирского федерального округа) / Материалы XVIII Международной научной студенческой конференции «Студент и научно-технический прогресс». - Новосибирск, 2010. – С.108-109.
39. Степанова, С. А. Экономика предприятия туризма : учеб, пособие / С. А. Степанова, А. В. Крыга. – М. : ИНФРА-М, 2016.
40. Стратегия развития туризма в Республике Тыва на период до 2030 года. Постановление Правительства Республики Тыва от 28 декабря 2017 года N 596.
41. Темный, Ю. В. Экономика туризма : учебник / Ю. В. Темный, Л. Р. Темная. – М.: Финансы и статистика ; ИНФРА-М, 2010.
42. Черевичко, Т. В. Экономика туризма : учеб, пособие / Т. В. Черевичко. – М.: Дашков и К⁰, 2016.
43. Хольшина, М. А. Развитие культурного туризма в Кызыле / М. А. Хольшина, А. А. Шыырап. – // Молодой ученый. – 2015. – № 22 (102). – С. 76-79. – URL: <https://moluch.ru/archive/102/22839/> (дата обращения: 03.06.2020).
44. Экономика и организация туризма. Международный туризм : учеб, пособие / под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. – М. : КноРус, 2016.

45. Экономика и управление туристской деятельностью. В 2 ч. : учеб, пособие / под общ. ред. Г. А. Карповой, Л. В. Хоревой. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011.

Интернет-ресурсы

46. [http:// www.gks.ru/](http://www.gks.ru/). Федеральная службы государственной статистики. Официальный сайт. Доступ свободный: (дата обращения: 11.05.2020 г.

47. <http://www.russiatourism.ru/>. Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации. Официальный сайт. Доступ свободный: (дата обращения: 10.05.2020).

48. <http://fedstat.ru/> Единая межведомственная информационно-статистическая система. Официальный сайт. Доступ свободный: (дата обращения: 13.05.2020).

49. <http://economy.gov.ru/> Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. Доступ свободный: (дата обращения: 10.05.2020.

50. <http://www.minfin.ru/ru/> официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. – URL: Доступ свободный: (дата обращения: 03.05.2020).

51. <http://mert.tuva.ru/> Официальный сайт Министерства экономики Республики Тыва. Доступ свободный: (дата обращения: 17.05.2020 г.).

52. <http://gov.tuva.ru/> Официальный портал Республики Тыва. Доступ свободный: (дата обращения 15.05.2020 г.)

53. <http://www.consultant.ru/> Официальный сайт Справочно-правовой системы КонсультантПлюс. Доступ свободный: (дата обращения 05.05.2020 г.)

54. <http://tuvastat.gks.ru/> Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Тыва. Доступ свободный: (дата обращения 10.05.2020 г.)

