

Д.Т.Чонтоев, Р.С.Кермалиев

ИГУ им. К.Тыныстанова

ТУРИЗМ - КАК БИЗНЕС

В статье рассматривается вопрос о мелком и среднем предпринимательстве туризма в Ысыккульской области и некоторые принципы его развития.

Любое государство должно беспокоиться о развитии экономики через эффективные её отрасли, определяемые размерами потребления и инвестиций. В основном регулирование происходит с помощью кредитно-денежной политики и частных неправительственных инвестиций. Одним из таких отраслей, которые по своей характеристике котируются в мире, как высокодоходные, является туризм. Из-за своей рентабельности многие бизнесмены вкладывают свои интеллектуальные и экономические активы в эту отрасль и зачастую этот вклад работает на развитие других секторов экономики. В любой экономике основой рыночных взаимоотношений является конкуренция и общее регулирование, где государственному образованию и бизнес-структуре отводится некоторая роль в препятствии таким рыночным разрушителям, как кризис, спад, бедность и возможно монополизм. Использование в Ысыккульской области природно-рекреационных ресурсов - есть укрепление фундамента экономики и развитие туристического потенциала Кыргызстана, что является важнейшей задачей, на пути оздоровления и повышения жизненного уровня населения. Бизнес в туризме является основным рычагом выявления некоторых экономических задач и вопросов, решения их и совершенствование управления, организация и эффективность функционирования всей системы туристической промышленности.

Бизнес туризма это не только большие деньги, но и международные связи всех уровней, это крупный кредитный объем, лучшая платежеспособность по счетам, и это есть экономическая политика республики, его государственный авторитет, что само по себе является высшей рекламой региона. Главное то, что бизнес стимулирует развитие промышленности и сельского хозяйства, как в районах с богатым, так и бедными ресурсами экономики. Другими чертами бизнеса туризма является то, что сервисом могут заниматься большой процент местного населения. Затем излишки сельскохозяйственной продукции не просто востребованы, но и имеют высокие отпускные цены, что закономерно ведёт к высокотехнологическому развитию этой отрасли. Сроки получения денег за услуги не имеют себе равных среди других отраслей национального хозяйства на данном этапе развития человечества.

Туристический бизнес – динамично развивающаяся отрасль глобального хозяйства. Туристический бизнес связан и стимулирует развитие смежных и других отраслей производства, сельского хозяйства, строительство, связи, торговли, шоу - бизнеса. Рост объема услуг приводит к увеличению количества рабочих мест быстрее, чем в других отраслях. При первых крупных накоплениях туристический бизнес обычно предусматривает вид капиталовложений в инфраструктуру туризма и естественно строительства гостиничных мест, где масштабы и количество зависят не только от финансов, но и от туристического потока в эти места. Для скорейшей реализации этих вопросов нужна активная помощь, содействие всех структур власти, как компетентных органов в развитии экономической жизни общества. Реализация туристического бизнеса в условиях современных взаимоотношений возможно при осуществлении следующих четырех основных составляющих. Это достойный стартовый и основной капитал естественно имеющий малый процент выплат; компетентные кадры, знающие языки, работу на компьютере, психологию основных групп людей, историю своего края, этикет многих наций, обладание высокой долей коммуникабельности и, естественно, имеющий на это сертификационный документ; высокие технологии, разработки, производство в бизнесе туризма, которые были бы революционными, как для потребителей, так и производителей; туристических ресурсов, к которым при правильном экономическом подходе

имеют солидное выражение, к тому же туристические ресурсы по сравнению с другими основными составляющими имеют высокую рентабельность, потому что это дар природы и нам естественно остается только брать и развивать их. Под туристическими ресурсами понимают совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристического продукта, определяющий формирование туристического бизнеса в различных регионах. При рассмотрении этого понятия в социальной призме, ресурсы имеют как природные, культурно – исторические, так и трудовые, экологические, социальные, финансовые, производственные потенциалы.

Для туристического бизнеса важно знать о свойствах эксплуатируемых ресурсов: привлекательность, значимость, экологические характеристики, изученность условий, запас использования - из этого идет экономический исход ресурсов, их использование в оздоровительных, туристических, спортивных и познавательных целях. Как показывает история развитого туризма, даже при отличных привлекательных свойствах природных ресурсов без наличия коммуникаций, средств связи, коммунальной инфраструктуры, просветительских учреждений, памятников культуры, искусства – туристический бизнес для широкого круга невозможен.

Несмотря на свою социально–гуманную роль туризм имеет сильное давление на экологию. Снижение и нейтрализация ущерба промышленности туризма на экологию рассматривается на государственном и международном уровнях за счет: экологического просвещения, правильного отношения экономико-рекреационной нагрузки на природные ресурсы (проблема индустриального вандализма); налогового регулирования, как одного из важнейших рычагов развития индустрии туризма (проблема умеренных налогов).

Туристическое природопользование в бизнесе связано с понятием о рекреационных системах, которые в свою очередь состоят из некоторых подсистем, таких как турист, природный комплекс, инфраструктура, персонал, органы управления. Из этого следует, что туристические ресурсы складываются в один из факторов развития туризма и исходный базис для планирования производства, комплекса услуг, предоставляемых туристско-экскурсионными предприятиями туристам. Взаимосвязи туристического бизнеса и государственных, фискальных органов происходят с целью защиты потребителя туристических услуг, организации туристической деятельности в цивилизованных рамках, сохранение туристско-рекреационных ресурсов, увеличение валового национального дохода от туристической деятельности (увеличивается и реализуется за счет налогового законодательства).

Пополнение местных бюджетов за счет туризма достигается дополнительными местными налогами, сборами и платежами (туристический налог, курортный сбор, гостиничный сбор). Организация туристической деятельности регулируется нормативно-правовыми актами о регистрации юридических лиц, а также физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью законодательными актами о сертификации туристических предприятий и лицензировании туристической деятельности, нормативными актами о внешнеэкономической деятельности, таможенным кодексом.

Реализация любого коммерческого проекта в туризме связана со значительной степенью риска. Для получения кредита или привлечения инвестора, обычно производятся расчеты коммерческой состоятельности проекта, а также стараются реализовать проект с минимальным сроком окупаемости, что уменьшает риск вкладчиков. Требуемый результат – обеспечение максимальной прибыли при малом сроке окупаемости проекта.

Если доходность коммерческого проекта в расчете составляет до 40% при сроке окупаемости затрат в один год, то организация этой туристической фирмы эффективна и инвестиционные вклады её учредителей имеют достаточно высокую ликвидность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гуляев В.Г. Организация туристической деятельности. -М.:НОЛИДЖ, 1996.
2. Джон Уокер. Введение в гостеприимство. -М.: ЮНИТИ, 1999.
3. Жыргалбеков Т., Лунькин Ю.М. Туризм в Кыргызстане. -Бишкек, 1993.