

Министерство образования и науки Российской Федерации
 федеральное государственное автономное
 образовательное учреждение высшего образования
 «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Институт: ИНЭО
 Специальность: 43.03.02 «Туризм»
 Кафедра: Социальных коммуникаций

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ/РАБОТА

Тема работы
ХОЗЯЙСТВЕННАЯ АССОЦИАЦИЯ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА ГОРОДА ТОМСКА

УДК 338.488.2:640.4(571.16)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-11Б21	Юрчик Юлия Юрьевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Родионова Елена Викторовна	к.ф.н., доцент		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Гончарова Наталья Александровна	к.э.н., доцент		

По разделу

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
СК	Лукьянова Наталья Александровна	д.ф.н., профессор		

Томск – 2017 г.

РЕЗУЛЬТАТЫ ООП ТУРИЗМ

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)	Требования критериев заинтересованных сторон	ФГОС, и/или
Профессиональные компетенции			
Р1	Применять глубокие социально-экономические и профессиональные знания в сфере туризма.	Требования ФГОС (ОК-3), Критерий 5 АИОР (п. 1.1)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	
Р2	Ставить и решать концептуальные и прикладные задачи комплексного анализа социо - культурной среды с использованием специальных знаний и аналитических методов.	Требования ФГОС (ПК-14, 15, ОК -2), Критерий 5 АИОР (пп. 1.2)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	
Р3	Разрабатывать и выполнять стратегические концепции и бизнес-планы проектов социо- культурной направленности с использованием системного анализа и формировать суждения на основе неполной и ограниченной информации.	Требования ФГОС (ПК-1,2,3), Критерий 5 АИОР (пп. 1.3)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	
Р4	Проводить социально-экономические и культурологические исследования, основываясь на концепциях и принципах самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем.	Требования ФГОС (ПК-13), Критерий 5 АИОР (п. 1.4)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	
Р5	Создавать и использовать на основе перспективных теорий и приемов менеджмента, бизнес-процессов и маркетинга необходимые социальные инструменты и технологии для ведения	Требования ФГОС (ПК- 7,10, ОК-6,12,14), Критерий 5 АИОР (п. 1.5)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	

	практической профессиональной деятельности в условиях экономических ограничений.	
P6	Определять стратегические цели и руководить проектированием, Планированием деятельности туристского предприятия.	Требования ФГОС (ОК -2), Критерий 5 АИОР (п. 1.6)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
Универсальные компетенции		
P7	Использовать глубокие и адекватные знания в области проектного менеджмента и практики ведения бизнеса, в том числе менеджмента рисков, а также международного менеджмента для ведения инновационной профессиональной деятельности в социо-культурной среде.	Требования ФГОС (ПК-4, 9), Критерий 5 АИОР (п. 2.1)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P8	Активно владеть иностранным языком, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты инновационной комплексной профессиональной деятельности в социо- культурной среде, в том числе на иностранном языке.	Требования ФГОС (ОК-4,7,10, ПК -11,12) Критерий 5 АИОР (п. 2.2)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P9	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена и руководителя группы, в том числе междисциплинарной и международной, с ответственностью за работу коллектива при решении инновационных задач в области рекламы и связей с общественностью.	Требования ФГОС (ПК- 7,8, ОК-6), Критерий 5 АИОР (пп. 2.3,)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P10	Демонстрировать личную ответственность и ответственность	Требования ФГОС (ОК -11), Критерий 5 АИОР (пп. 2.4, 2.5)*,

	за работу возглавляемого коллектива, приверженность и готовность следовать профессиональной этике и нормам ведения инновационной социально-экономической и культурологической деятельности.	согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P11	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности	Требования ФГОС (ОК-1, 8,13), Критерий 5 АИОР (2.6)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI

Министерство образования и науки Российской Федерации
 федеральное государственное автономное
 образовательное учреждение высшего образования
 «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Институт социально-гуманитарных технологий
 Специальность 43.03.02 «Туризм»
 Кафедра: Социальных коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ:
 Зав. кафедрой

_____ Н.А. Лукьянова
 20.03.2017 г.

ЗАДАНИЕ
на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

бакалаврской работы

Студенту:

Группа	ФИО
3-11Б21	Юрчик Юлии Юрьевне

Тема работы:

ХОЗЯЙСТВЕННАЯ АССОЦИАЦИЯ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА ГОРОДА ТОМСКА	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	№ 3057/с от 28.04.2017 г.

Срок сдачи студентом выполненной работы:	08.06.2017
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе	Теоретический и эмпирический материал в сфере функционирования и развития туристской инфраструктуры
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов	1. Раскрыть сущность понятия «туристская инфраструктура». 2. Определить основные факторы развития туристской

	инфраструктуры. 3. Рассмотреть различные формы взаимодействия субъектов туристской инфраструктуры. 4. Выявить особенности организации хозяйственной ассоциации. 5. Разработать проект хозяйственной ассоциации на туристском рынке города Томска.
Консультанты по разделам ВКР	
Раздел	Консультант
Раздел 2	к.э.н., доцент Гончарова Н.А.

Дата выдачи задания на выполнение ВКР по линейному графику	20.03.2017
---	------------

Задание выдал руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Родионова Елена Викторовна	к.ф.н., доцент		20.03.2017

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-11Б21	Юрчик Юлия Юрьевна		20.03.2017

РЕФЕРАТ

*Объём работы – 86 стр., таблиц – 3, иллюстраций и диаграмм – 6,
приложений – 3, источников – 40.*

*Инфраструктура туризма, хозяйственная ассоциация, индустрия туризма,
интеграция.*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что развитие инфраструктуры туристской отрасли является дополнительным источником реализации экономического потенциала регионов России. Это, в свою очередь, может позволить отчасти смягчить последствия стагнации, которую переживает российская экономика на протяжении последних четырёх лет, путем привлечения дополнительных средств из сферы туризма в государственный бюджет страны.

Объект исследования – Туристская инфраструктура.

Предмет исследования – Хозяйственная ассоциация как интеграционное взаимодействие объектов туристской инфраструктуры.

Проблему данного исследования можно выразить в вопросе: будет ли способствовать создание хозяйственной ассоциации развитию инфраструктуры туризма?

Цель – Разработать концепцию хозяйственной ассоциации для развития туристской инфраструктуры города Томска.

Для реализации данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Раскрыть сущность понятия «туристская инфраструктура».
2. Определить основные факторы развития туристской инфраструктуры.
3. Рассмотреть различные формы взаимодействия субъектов туристской инфраструктуры.
4. Выявить особенности организации хозяйственной ассоциации.

5. Разработать проект хозяйственной ассоциации на туристском рынке города Томска.

Научная новизна исследования состоит в разработке проекта хозяйственной ассоциации, объединяющей предприятия общественного питания и организации общественного сектора, для способствования развитию туристской инфраструктуры в Томске.

Практическая значимость ВКР состоит в возможности применения полученных данных и выводов реальными предприятиями-участниками с целью развития инфраструктуры туризма.

ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

Инфраструктура (лат. infra – «ниже», «под» и лат. structura – «строение», «расположение») – неотъемлемая часть материально-технической базы общественного развития, которая создает благоприятные условия для дальнейшего функционирования предприятий, социальных и финансово-административных структур.

ВВП – Валовой Внутренний Продукт

Индустрия туризма – совокупность предприятий, учреждений и организаций материального производства и непромышленной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристского продукта, освоение и использование туристских ресурсов, и создание материальной базы туризма.

Концерн - это объединение (как правило, многоотраслевое) самостоятельных организаций, связанных между собой системой участия в финансовых связях, капитале, договоров о взаимных интересах, тесного производственного сотрудничества, патентно-лицензионных соглашений.

Конгломерат - это форма интеграции разнородных организаций в основе единого финансового контроля, рождающаяся в результате объединения различных организаций, не зависимо от вида интеграции и не имеющая никакой производственной общности.

Консорциум – представляет собой временный союз хозяйственно независимых фирм, с целью скоординированной предпринимательской деятельности, зачастую для совместной борьбы за получение заказов и их совместного исполнения.

Картель - это объединение фирм одной отрасли, выступающая в соглашении между собой по отношению к коммерческой деятельности компании: соглашение о рынках сбыта, о ценах, ассортименте, объемах производства,

условиях найма рабочей силы, обмене патентами и так далее. В первую очередь регулированию подлежит сбыт продукции.

Пул - это объединение организаций с общим фондом, прибыль от которого распределяется по заранее установленной договоренности.

Трест – союз организаций, где они сливаются в единый комплекс, по производству теряя финансовую, юридическую и производственную самостоятельность. Руководство осуществляется из единого центра. Прибыль распределяется в соответствии с долевым участием предприятия.

Стратегический альянс - кооперация двух или нескольких различных фирм для достижения поставленных коммерческих целей и для получения дополняющих стратегических ресурсов компаний.

Ассоциация – добровольное объединение физических, юридических лиц. Ассоциация может направлять общие исследования и разработки, предоставлять членам союза услуги, в частности информационные (обеспечение участников рыночной информацией, рекламой, технических разработок, промышленными стандартами и статистике), юридические (к консультации по вопросам правового регулирования предпринимательской деятельности, включая экспортно-импортные операции, кредитование) , а также другие (поиск новых рынков и т.д.).

Хозяйственные ассоциация - представляет собой договорное объединение предприятий, создаваемое в целях совместного осуществления одной или нескольких производственно-хозяйственных функций.

ВТО – Всемирная Торговая Организация

РСТ – Российский Союз Туриндустрии

КФУ – Ключевые Факторы Успеха

ТРОО «Томское облохотобщество» – Томская региональная общественная организация «Томское областное общество охотников и рыболовов».

Росохотрыболовсоюз – Российской ассоциации общественных объединений охотников и рыболовов.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	13
1. Туристская инфраструктура: понятие и структура.....	15
1.1 Понятие и элементы туристкой инфраструктуры.....	15
1.2 Факторы развития туристкой инфраструктуры.....	21
2. Социально- экономический анализ взаимодействий предприятий туристкой инфраструктуры.....	29
2.1.Анализ форм взаимодействия предприятий туристкой инфраструктуры.....	29
2.2.Хозяйственная ассоциация как форма развития туристкой инфраструктуры.....	38
3. Проект создания хозяйственной ассоциации на туристском рынке города Томска.....	48
3.1.Общие сведения и характеристика членов ассоциации.....	48
3.1.1 Характеристика деятельности кафе «Солянка».....	48
3.1.2 Характеристика деятельности ТРОО «Росохотрыболовсоюз»..	55
3.2.Разработка концепции создания хозяйственной ассоциации для предприятий туристкой инфраструктуры.....	62
Заключение.....	72
Список использованных источников.....	74
Приложение А «Анкета гостя».....	79
Приложение Б «ПРЕЙСКУРАНТ на пакет услуг «Мастер-класс по приготовлению дичи или рыбы в кафе «Солянка»».....	80
Приложение В «Памятка участника охоты».....	84

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что развитие инфраструктуры туристской отрасли является дополнительным источником реализации экономического потенциала регионов России. Это, в свою очередь, может позволить отчасти смягчить последствия стагнации, которую переживает российская экономика на протяжении последних четырёх лет, путем привлечения дополнительных средств из сферы туризма в государственный бюджет страны. Ведь очевидно, что развитие туризма может оказывать влияние практически на все ключевые сектора экономики, а также увеличивать величину налоговых поступлений в бюджеты всех уровней. В связи с этим, видится необходимым укреплять хозяйственные связи между субъектами туристской индустрии для более целостного развития ее инфраструктуры.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка проекта хозяйственной ассоциации для развития туристской инфраструктуры города Томска

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Раскрыть сущность понятия «туристская инфраструктура».
2. Определить основные факторы развития туристской инфраструктуры.
3. Рассмотреть различные формы взаимодействия субъектов туристской инфраструктуры.
4. Выявить особенности организации хозяйственной ассоциации.
5. Разработать проект хозяйственной ассоциации на туристском рынке города Томска.

Объектом исследования является туристская инфраструктура.

Предмет исследования – хозяйственная ассоциация как интеграционное взаимодействие объектов туристской инфраструктуры

Основными методами, применяемыми в исследовании выступают: общенаучные принципы познания, логический и статистический методы, метод изучения и обобщения и др.

Научная новизна исследования состоит в разработке проекта хозяйственной ассоциации, объединяющей предприятия общественного питания и организации общественного сектора, для содействия развитию туристской инфраструктуры в Томске.

Практическая значимость ВКР состоит в возможности применения полученных данных и выводов реальными предприятиями-участниками с целью развития инфраструктуры туризма.

1. Туристская инфраструктура: понятие и структура

1.1 Понятие и элементы туристской инфраструктуры

Жизнедеятельность человека осуществляется за счет постоянного удовлетворения разнообразных физиологических, социальных, производственных, культурных и духовных потребностей через материальные объекты инфраструктуры. Все это требует создания определенных условий, включающих элементы инфраструктурного комплекса, которые позволяют максимально реализовать потребности человека.

Развитие объектов инфраструктуры началось с момента появления человека и до сих пор повсюду окружают нас, принося значительную роль в жизни каждого, формируя определенную социально-экономическую среду. Инфраструктура представляет собой объединение объектов материальной сферы человека, которая формирует необходимые условия создания объектов, зданий, сооружений, машин, оборудования, информационных и финансовых потоков, а также различных услуг, производственных процессов и организации деятельности. Многие авторы вкладывают различный смысл в содержание понятия «инфраструктура», принося ему сложный, комплексный, а зачастую и противоречивый характер.

Инфраструктура (лат. *Infra* – «ниже», «под» и лат. *Structura* – «строение», «расположение») – неотъемлемая часть материально-технической базы общественного развития, которая создает благоприятные условия для дальнейшего функционирования предприятий, социальных и финансово-административных структур.[1] Согласно градостроительному кодексу России [5, ст. 1] «инженерная, транспортная, социальная инфраструктура представляет комплекс сооружений и коммуникаций транспорта, связи, инженерного оборудования, а также объектов социального и культурно-бытового обслуживания населения, обеспечивающий устойчивое развитие и

функционирование поселений и межпоселенных территорий». По мнению М.Д. Шарыгина, инфраструктура представляет собой сложный комплекс, включающий разнообразные виды деятельности человека (рис.1). [2; с. 4-13.]



Рис.1 Инфраструктура территориальных социально-экономических систем (по М.Д. Шарыгину).

В инфраструктурном комплексе М.Д. Шарыгин выделяет многие виды инфраструктуры, среди которых социально-культурная, социально-бытовая, производственная и т.д., обеспечивающие функции обслуживания населения. Рыночная инфраструктура направлена на продажу и покупку товаров, институциональная инфраструктура представлена зданиями и сооружениями, несущими образовательные и воспитательные функции. Природно-ресурсная инфраструктура направлена на добычу и использование природных ресурсов, экологическая инфраструктура направлена на поддержание экологического баланса, путем установления очистных сооружений, фильтров и т.п. Рекреационная инфраструктура включает комплекс объектов туристско-рекреационной деятельности, направленной на организацию отдыха, оздоровление и восстановление утраченных сил и здоровья человека.

Инфраструктура – это совокупность инженерно-технических сооружений и объектов, обеспечивающих экономически эффективное существование предприятия, сферы производства на определенной территории;[1]

Инфраструктура – единый функциональный объект, деятельность которого направлена на создание общих условий производства и социального развития. Можно отметить, что инфраструктура в первую очередь носит материальный характер, поскольку представляет собой созданные человеком материальные объекты (здания, сооружения, оборудование и т.д.). Кроме этого, инфраструктурные объекты создают необходимые условия для создания какой-либо услуги или деятельности в целом.[1] Следовательно, в состав инфраструктуры входят определенные объекты, которые формируют необходимую среду для реализации конкретного вида деятельности. Развитие инфраструктуры туризма – важный этап планирование процесса освоения и использования туристских ресурсов.[3; с. 181]

Обобщая термины ученых, можно сказать, что инфраструктура представлена системой связанных между собой объектов, структур и отраслей, позволяющих реализацию различных целей человека. Инфраструктуру можно характеризовать как совокупность материальных объектов, созданных человеком для оказания определенных услуг и организации разных видов деятельности. Деятельность и услуги человека не могут возникать без использования объектов инфраструктуры. Комплексное определение инфраструктуры можно отразить через приведенную ниже схему (рис. 2). Рассматривая рис. 2, можно сказать, что производственные и инженерные объекты включают инфраструктуру для технологических процессов (турбины, генераторы, котельные печи и т.д.). Социальная инфраструктура направлена на решение общественных задач (образование, воспитание, духовно-нравственное развитие) и представлена библиотеками, детскими садами, школами, больницами. Рыночные объекты необходимы для продажи и покупки товаров народного потребления, представлены рынками, магазинами, базарами, киосками, торговыми лавочками и т.д. Транспортная инфраструктура – одна из самых важных и значимых в организации любой деятельности – дороги и их покрытие, автомобильный парк, автобоксы, станция технического обслуживания, автостоянки. Рекреационная

инфраструктура очень разнообразна и состоит из пляжей, лодочной станции, спортивных залов, аквацентра, пунктов проката спортивного инвентаря, бассейнов, объектов историко-культурного наследия, лесного и ландшафтного благоустройства, рыбацких и охотничьих хозяйств, социально-бытовых и ремонтных учреждений. Институциональная инфраструктура направлена на выполнение функций образования институтов с целью выполнения определенных социальных функций. Административно-финансовая инфраструктура направлена на создание условий для организации производства, процессов, услуги, управления персоналом с целью финансового обеспечения производства.



Рис.2 Схема инфраструктурного комплекса.

Под индустрией туризма понимается межотраслевой комплекс, организованный с целью производства товаров и услуг для сферы туризма; или самостоятельное звено хозяйственной структуры, созданное с целью удовлетворения спектра спросов на различные виды отдыха и развлечений.[4; с. 368]

Согласно ст. 1 Федерального закона «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» N 12-ФЗ от 05.02.2007 туристская индустрия рассматривается как «совокупность гостиниц и иных средств

размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организации, осуществляющие туроператскую и турагентскую деятельность, операции туристских информационных систем, а также предприятия, предлагающие услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников».[5; с. 132]

Таким образом, под индустрией туризма стоит представлять объекты, то есть сооружения, созданные для реализации определенной деятельности, к примеру, рекреационной или лечебно-оздоровительной (рис. 3). Они подразделяют индустрию туризма на два блока: первый представлен индустрией гостеприимства, включая предприятия по услугам размещения: гостиницы, отели, мотели, пансионаты и организации общественного питания, к ним относятся кафе, рестораны, столовые и т.д. Второй блок представлен туристской инфраструктурной составляющей, состоящий из трех уровней: первый (базовый), включает производственную инфраструктуру (производственные корпуса, создание машин, агрегатов), второй и третий уровни – предприятия и организации, участвующие в формировании туристического продукта или услуги (инфраструктура добычи и использования природных ресурсов). Объединяя второй и третий уровни, можно сказать о том, что происходит формирование предприятий по эксплуатации транспортной инфраструктуры, питания, спортивно-оздоровительного, культурно-досугового секторов.

Следственно, при комплексном формировании всех трех блоков происходит разностороннее развитие туристской индустрии с особенно значительным уклоном на развитие туристской инфраструктуры. Основными функциями туристской инфраструктуры являются: восстановление жизненных сил, познание окружающего мира и отдых населения, оказание необходимых услуг на основе использования специализированных объектов.

Определение туристской инфраструктуры сложно, поскольку выполняемые функции носят лечебно-оздоровительный и рекреационный характер.



Рис.3 Классификация индустрии туризма (по В.Ф. Архиповой и А.С. Левезову).

По мнению И.В. Зорина и В.А. Квартального, туристская инфраструктура представлена комплексом сооружений и сетей производственного, социального, рекреационного назначения, которая используется для поддержания жизнедеятельности туристов.[4; с. 368]

Виноградова М.В. и Солдатов П.И. определяют инфраструктуру туристского комплекса как определенную подсистему, оказывающую возможность и способность реализации туристических мотивов, достижению цели поездки потребителя. Авторами выдвигается мнение, что инфраструктура туристского комплекса играет роль катализатора в развитии туристической деятельности, что является оправданным, т.к. она является основой для реализации разнообразных туристских и рекреационных услуг.[6; с. 264-274]

В туристской инфраструктуре выделяются следующие составные части: транспортное обслуживание, гостиничное обслуживание, сфера общественного питания, развлекательно-зрелищная сфера и спортивно-оздоровительный сервис, экскурсионное обслуживание, финансовое обслуживание, информационное обеспечение и поддержка, средства и системы связи, производство сувенирной продукции и изделий народного промысла, производство туристской и спортивной продукции, розничная торговля, сфера бытовых услуг. Рассматриваемая классификация является вполне функциональной и емкой, поскольку в ней отражены все главные составные части туристской инфраструктуры.[6; с. 264-274]

Основным условием успешного развития туристского бизнеса является разнообразная и качественная туристская инфраструктура, полностью удовлетворяющая все потребности потенциальных туристов. Следовательно, теоретическое и практическое изучение природных и социально-экономических положений формирования туристской инфраструктуры представляет собой важную задачу.

1.2 Факторы развития туристской инфраструктуры

Существуют различные определения туристского рынка. Например, туристский рынок – это:

- Инструмент согласования интересов покупателей и продавцов туристского продукта;
- Система мирохозяйственных связей, в которой завершается процесс превращения туристско- экскурсионных услуг в деньги и обратно;

- Сфера реализации услуг и экономических отношений, возникающих между покупателями и продавцами туристских услуг, то есть между туристом, турагентством, туроператором.[7; с. 67]

Отраслевая инфраструктура позволяет развиваться экономике региона по производству определенной группы продуктов. В индустрии туризма отраслевая инфраструктура создает пассивный туристский баланс и показывает степень социально-экономического формирования региона, определяет отраслевую специализацию и профиль региона, так как благодаря имеющейся инфраструктуре и развитию связей между ее отдельными элементами формируется качество брендируемой отрасли в регионе.

Большая конкурентоспособность индустрии гостеприимства в большинстве странах объясняется тем, что одновременно приходится:

- потребителем услуг (товаров) и работ, оказываемых различными отраслями экономики (транспорт, пищевая промышленность, гостиничный бизнес и т. д.);
- крупнейшим работодателем;
- мультипликатором для развития других групп товаров и услуг;
- налоговым плательщиком в государственный бюджет различных уровней.

В мировом ВВП туристическая сфера составляет около 9%, это 235 млн. рабочих мест, которые в свою очередь составляют 8% от общего объема рынка занятости.[8; с. 46] В данной сфере экономики перспективы развития очень велики. Ежегодно растет количество тех, кто желает и стремится посетить разные регионы планеты. Большинство стран имеют интерес в развитии данной отрасли, потому что этот бизнес приносит большую выгоду и высокий доход.

На привлекательность региона оказывает большое влияние уровень развития туристской инфраструктуры в данном регионе. Поэтому, при

брендинге региона, необходимо учитывать как имеющиеся объекты туристской инфраструктуры, так и вводимые новые объекты.

Факторы напрямую зависимые от туризма и факторы не связанные с туризмом, но оказывающие воздействие на спрос туристского продукта. Это две группы факторов, оказывающие влияние на туристскую активность, от которой непосредственно зависит состав объектов и различных элементов туристской инфраструктуры региона.

В группу первых факторов входит:

- Структура и состав туристских ресурсов;
- Цель и причина поездок;
- Уровень жизни населения и структура его доходов;
- Потребность в воспроизводстве трудовых ресурсов.

Во вторую группу косвенных факторов входят:

- Экономико-финансовые факторы. Макроэкономические и микроэкономические факторы оказывают влияние на индустрию туризма. Макроэкономическая нестабильность, рост безработицы и инфляции значительно тревожат общество, и это приводит к воздержанию населения от туристских поездок. В странах, где значительную долю ВВП, составляют доходы от туризма, инвестиции направляются на улучшение инфраструктуры туризма и строительство новых гостиниц. Уровень цен на туристские услуги является одним из важных факторов, которые определяют выбор места отдыха. Валютный курс, простота и доступность валютного обмена имеют наибольшее значение в вопросах финансового регулирования для туризма.
- Развитие транспорта;
- Развитие сферы информационного обеспечения и связи;
- Политико-правовые факторы. Если государство заинтересовано в развитии туристской отрасли, это выражается в общей концепции

приоритетного развития индустрии туризма, принятии законодательных и нормативных актов, стимулирующих и регулирующих развитие туризма и гостиничного хозяйства, а также в финансово-экономических мерах по поддержанию и развитию туризма.

- Фактор безопасности путешествий. В ходе развития туризма не мало важное значение имеет вопрос о безопасности. Безопасность жизни и здоровья, безопасность мест размещения и безопасность транспортировок, это те вопросы, которые волнуют туристов и для них стало нормой ожидать от правительства, заинтересованного в приеме гостей, принятия этих мер для решения данных вопросов. Путешественники так же испытывают беспокойство по поводу санитарных норм и предприятий общественного питания в посещаемых странах.
- Культурные факторы. Культурная среда – это ресурс, генерирующий масштабные туристские потоки. Места, имеющие мировую культурную ценность, привлекают туристов. Так же путешественники интересуются бытом и жизнью разных народов, поэтому они интересуются, как праздниками, традициями, фольклором, так и исполнениями местного хора, играми, местными забавами и элементами народного быта.
- Социально-демографические факторы имеют не малое воздействие на развитие индустрии туризма. С демографическим ростом повышается туристский потенциал. К этим факторам также относятся: постоянно увеличивающийся общий интерес народов всех странах, имеющих единый или родственный язык или связанных общей культурой и историей; повышенный спрос на участие в специализированных поездках лиц одной профессии или общественной функции.
- Инфраструктурно-коммуникационный фактор. Наиболее важное значение для туризма имеет состояние инфраструктуры транспорта,

размещения и питания. С позиций индустрии туризма, для развития международного туризма первостепенное значение имеет сложившаяся в туристской дестинации система предприятий размещения и питания.

- Фактор развития торговли. Склонность к тротоголии характерна почти для всех без исключения туристов, желающих увезти из региона или страны сувениры, национальные изделия, поделки, печатную продукцию, карты, спортивный инвентарь, одежду.
- Технологические факторы. Научно-технический прогресс достиг широкого применения в туризме, а так же в отраслях: потребительская информация, транспортные перевозки и дистрибуции. Телекоммуникационные технологии привели к созданию современных систем бронирования, позволяющие работать в режиме on-line. Миллионы пользователей получили легкий доступ к самостоятельному составлению маршрутов и их путешествия, благодаря глобальным системам дистрибуции. Материально-технические факторы оказывают большое влияние на рост туризма и расширение его базы. [9; с. 19]

Состав туристской инфраструктуры региона определяется, исходя из этих факторов туристской активности. Инфраструктура является его обеспечивающей подсистемой, включающей второстепенные элементы территориально-рекреационного комплекса региона и образующей во взаимодействии с основными рыночную стоимость. При этом инфраструктура туристского комплекса способствует удовлетворению потребностей, возникающих при выборе объекта туризма, и дополняет их соответствующим набором услуг.

Роль и поддержка индустрии туризма на уровне государства очень часто является одной из определяющих. Отношение государства к данной сфере предпринимательства имеет первостепенное значение для:

– развития инфраструктуры, особенно транспорта и коммуникаций;

- создания условий для обучения кадров;
- защите прав потребителей;
- проведения инвестиционной политики;
- выделения средств на рекламу и информацию о стране;
- продвижения туристских услуг на иностранные рынки.

В индустрии туризма ситуация определяется состоянием инфраструктуры в регионе, поэтому отраслевой бренд в индустрии туризма обеспечивается, в том числе, качеством самого потребителя. Именно поэтому туристская инфраструктура региона, ее наличие и перспективы развития, должны быть учтены при формировании бренда региона. Возникает потребность в брендоориентированном развитии отраслевой инфраструктуры, которое для туризма может включать следующие формы:

- развитие основных производственных объектов (средства размещения, объекты питания, транспорт, бытовые объекты);
- развитие вспомогательной среды пребывания (объекты показа, пешеходные зоны, зоны торговли, рекреационные и исторические объекты);
- развитие системы массовых мероприятий (спортивные соревнования, фестивали, исторические реконструкции, шествия);
- развитие брендоориентированного маркетинга (позиционирование региона как среды приятного пребывания для конкретных групп туристов, базовая рекламная кампания, создание программы транспортных транзитов и коридоров, проведение специализированных мероприятий, расширение каналов коммуникаций и проведение репутационных событий, создание комплексного туристского продукта).

Из сказанного выше можно сделать вывод, что исследование и оценка мирового опыта формирования индустрии туризма позволило выделить

факторы, влияющие на её эффективную деятельность по критериям определённости и степени риска. Первая группа терминированных факторов, характеризуется определённой и относительно невысокой степенью риска: природный, социально-культурный, демографический, трудовой. Вторая группа вероятностных факторов связана с неопределённостью и высокой степенью риска: экономический, политико-правовой, технологический, международный. Такой подход обусловлен тем, что развитие туризма имеет объективную основу из-за неопределённости внешней среды и субъективную, связанную с особенностями формирования инфраструктуры.

Устойчивое развитие региона как субъекта производственных отношений зависит от обеспечения баланса группы факторов, влияющих на формирование и функционирование системы управления региональным развитием. По мнению многих ученых-регионалистов одной из главных задач является определение системообразующих факторов, поскольку, выявив данный фактор, мы сможем оказывать на систему управленческое воздействие в требуемом направлении.

Мировые тенденции развития туризма подтверждают, что туристская отрасль в максимальной степени способствует возникновению мультипликативного эффекта в смежных отраслях, влияющего на рост внутренней экономики. В этой связи, туризм рассматривается как фактор, непосредственно влияющий на функционирование ключевых секторов экономики: транспорт, связь, торговлю, строительство, сельское хозяйство, производство товаров массового потребления. Развитие туристского комплекса способствует улучшению инвестиционного климата, активизации предпринимательской деятельности, повышению толерантности общественной среды.

Механизм взаимодействия субъектов и объектов туристической деятельности очень важен для развития туристской инфраструктуры. Таким

механизмом могут служить объединения предприятий для создания новых отраслей туристской индустрии.

Таким образом, инфраструктура туристской индустрии является её вспомогательной базой, а также исполняет роль катализатора развития туризма.

2. Социально- экономический анализ взаимодействий предприятий туристкой инфраструктуры

2.1 Анализ форм взаимодействия предприятий туристкой инфраструктуры

Производственная и коммерческая деятельность организаций все более усложняется, что приводит к необходимости для обеспечения своего выживания и развития поиска методов адаптации к изменениям среды. При этом необходимо учитывать фактор времени (повышение оперативности действий требует нового подхода к методам производства и управления) и расширение пространства (для обеспечения выживаемости надо очень быстро раздвинуть рынок до национальных, а затем международных масштабов).

Интеграция организаций и формирование сложных структур является одной из тенденций развития мировой экономики. Можно выделить три способа образования таких структур:

- вертикальную интеграцию (чаще всего по технологическим соображениям);
- горизонтальную интеграцию;
- сетевое взаимодействие.

Основной задачей способов интеграции является определение финансового взаимодействия и деятельности, эффективное использование ресурсов, выработка единой рыночной стратегии и интенсивное технологическое развитие.

Интеграция фирм во всем мире имеет различные виды. Отличающиеся между собой характером хозяйственных отношений, целями сотрудничества и степенью самостоятельности в объединениях организации.

Выявление баланса среди преимуществ централизации децентрализации в управлении при объединении компаний, подводит к выбору определенных форм интеграции, они занимают промежуточное место

в централизованной корпоративной структуре. В зависимости от этого характер взаимосвязи для компаний становится более сложный и изощренный.

Формы интеграции можно разделить, условно говоря, на «мягкие» и «жесткие». «Жесткие»- это трест, концерн, а «мягкие» в первую очередь ассоциации, стратегический альянс и консорциум. В международных объединениях популярней всего «мягкие» формы взаимодействий. В таких объединениях ведя совместную деятельность, за учредителями сохраняется юридическая и хозяйственная самостоятельность. Консорциум и стратегический альянс, дает возможность мобилизации главных частей корпоративной структуры, сохраняя национальную обособленность членов интеграции.

Наиболее распространенным является концерн.

Концерн - это объединение (как правило, многоотраслевое) самостоятельных организаций, связанных между собой системой участия в финансовых связях, капитале, договоров о взаимных интересах, тесного производственного сотрудничества, патентно-лицензионных соглашений.[10; с. 390]

К характеристикам этой формы объединения относятся:

- входящие компании остаются самостоятельными юридическими лицами акционерных или хозяйственных обществ, но по факту подчинены единому хозяйственному руководству;
- концерн зачастую является объединением производственного характера;
- в концерне централизовано финансово-экономическое управление, ценообразование, проведение научно-технической политики, кадровая политика, использование производственных мощностей;
- главная компания организуется в виде холдинга или на основе ассоциированных обществ.

Конгломерат- это форма интеграции разнородных организаций в основе единого финансового контроля, рождающаяся в результате объединения различных организаций, не зависимо от вида интеграции и не имеющая никакой производственной общности.[10; с. 374]

К особенностям данной интеграции можно отнести следующее:

- конгломерат существует в рамках организационной формы предприятий разных отраслей без наличия производственной общности;
- объединяемые компании, сохраняют самостоятельность, но полностью финансово зависимы от головной компании;
- интеграции свойственна значительная децентрализация управления. Её отделения пользуются существенной свободой и автономией во всех аспектах своей деятельности
- основными рычагами управления конгломерата выступают финансово-экономические методы, не большое регулирование деятельности подразделений со стороны стоящей во главе конгломерата холдинговой компании;
- часто, в структуре конгломерата образовывается особое финансовое ядро, где помимо холдинга вступают большие инвестиционные и финансовые компании.

Главными способами появления конгломератов будут слияния и поглощения фирм различной коммерческой и производственной деятельности.

Консорциум представляет собой временный союз хозяйственно независимых фирм, с целью скоординированной предпринимательской деятельности, зачастую для совместной борьбы за получение заказов и их совместного исполнения.

Консорциумы обладают рядом характеристик:

- организация оформляется соглашением;

- консорциум может создаваться с образованием юридического лица и без него. Организационно-правовой формой в виде юридического лица может быть акционерное общество;
- целью создания будут объединение усилий для реализации конкретного проекта, в сфере своей основной деятельности, осуществление капиталоемких проектов, в том числе международных, или совместное проведение больших финансовых операций по размещению акций, займов;
- в рамках интеграции участниками не создается никаких организационных структур, за исключением небольшого аппарата (например, совета директоров);
- организации могут одновременно состоять в нескольких консорциумах и участвовать в осуществлении нескольких проектов.
- компании полностью сохраняют свою юридическую и экономическую самостоятельность, за исключением деятельности связанной с достижением целей консорциума;

Консорциумы могут быть открытыми и закрытыми. В закрытом виде компания-заказчик заключает контракт со всеми участниками в отдельности. В образовании открытого консорциума все участники подчиняются общему лидеру и несут ответственность по обязательствам в пределах своей доли участия.

Картель - это объединение фирм одной отрасли, выступающая в соглашении между собой по отношению к коммерческой деятельности компании: соглашение о рынках сбыта, о ценах, ассортименте, объемах производства, условиях найма рабочей силы, обмене патентами и так далее. В первую очередь регулированию подлежит сбыт продукции.[10; с. 339]

Соглашение не всегда бывает оформлено договором в письменном виде. Картельное соглашение зачастую осуществляется негласно, в виде секретных статей, дополняющих какой-либо официальный текст, либо в

устной форме «джентльменских соглашений». Фирмы сохраняют свою юридическую, производственную, финансовую и коммерческую самостоятельность.

Для данной интеграции характерно наличие следующих признаков:

- объединение компаний, как правило, одной отрасли;
- общая деятельность по реализации продукции, распространению в определенной степени;
- сохранения на право собственности участников картеля на свои предприятия и обеспечиваемая этим хозяйственная, финансовая и юридическая самостоятельность.
- системы принуждения, нарушений и санкции к нарушителям;
- договоренность группы производителей в целях полного или частичного уничтожения конкуренции между ними и получения монопольной прибыли;

В виду с антимонопольным законодательством во многих странах картельные соглашения запрещены, исключая отдельные отрасли, и имеется разрешительный порядок их деятельности при наличии особых условий. Законодательно запрещаются картели, связанные с делением рынка, фиксированием цен и ограничением выпуска продукции, то есть, те меры, которые направлены на ограничение или искажение конкуренции.

Пул - это объединение организаций с общим фондом, прибыль от которого распределяется по заранее установленной договоренности.[10; с. 736]

Трест – союз организаций, где они сливаются в единый комплекс, по производству теряя финансовую, юридическую и производственную самостоятельность. Руководство осуществляется из единого центра. Прибыль распределяется в соответствие с долевым участием предприятия.[10; с.984]

Особенностями являются:

- производственная деятельность специализируется на одном или нескольких видах продукции;
- потеря хозяйственной, юридической, коммерческой и производственной самостоятельности компаний;
- объединение всех аспектов хозяйственной деятельности предприятий;
- единое руководство как всем производственным комплексом, так и связанными с ним торговыми и обслуживающими предприятиями.

Данная форма благоприятна для организации комбинированного производства, то есть объединения в одной компании предприятий разных отраслей промышленности, либо представляющих собой последовательные ступени обработки сырья.

Стратегический альянс - кооперация двух или нескольких различных фирм для достижения поставленных коммерческих целей и для получения дополняющих стратегических ресурсов компаний.

Стратегические союзы имеют перспективную форму интеграции фирм. Заключение такой интеграции имеет один из наиболее быстрых и дешевых путей осуществления глобальной стратегии.[10; с. 1094]

К характеристикам можно отнести:

- имеют соглашения о сотрудничестве фирм, идущих дальше обычных торговых отношений, но не доводящих дело до слияния компаний. Бывают существенные различия в стратегических союзах с долгосрочными отношениями партнеров и такими рода отношениями контрактного типа, так как партнерские отношения ограничены по времени и подразумевают участие в определенных проектах для достижения некоторых целей. Обычные контрактные отношения не предполагают развития отношений в дальнейшем;
- установление в составе альянса не только клиентов и поставщиков, но и конкурентов;

- осуществление деятельности союзов по совместной координации стратегического планирования и управления, что позволяет им согласовать их долгосрочные партнерские отношения с выгодой для каждого участника;

- создание стратегических альянсов на основе горизонтальной межфирменной кооперации, а также с учетом взаимодополняющих технологий и опыта компаний, занятых в смежных сферах деятельности;

- отсутствие у данной интеграции самостоятельного юридического лица;

- возможно участие в нескольких стратегических альянсах;

- подвижность стратегических альянсов. Они свободны для партнеров, более ориентированы в будущее, уменьшают неясность и неопределенность в отношениях партнеров, увеличивают стабильность в обеспечении ресурсами и распределении продукции и услуг;

- создание альянсов на определенный срок, имеют свойство распадаться за ненадобностью;

- влияние альянсов на конкуренцию: объединившиеся компании направляют усилия против общих конкурентов, чем друг против друга;

- прохождение на рынок способами, меньше ограниченными в законодательном порядке.

Можно выделить следующие виды стратегических альянсов:

- альянсы с акционерным участием в существующих предприятиях;

- стратегические альянсы с созданием новых организаций (совместных предприятий);

- консорциумы для осуществления инвестиционных проектов;

- альянсы со слабой кооперацией.

С точки зрения сферы деятельности стратегические альянсы условно можно разделить на три вида:

- альянсы по реализации проектов НИОКР;
- альянсы по организации совместного производства;
- альянсы по совместному освоению новых рынков.

Большее распространение получили альянсы, создаваемые с целью сотрудничества в сфере НИОКР. В данное время к этой группе относятся больше половины всех стратегических союзов.

Мотивами для вступления в альянс могут быть:

- достижение экономии на масштабах производства;
- совместное использование производственных мощностей;
- объединение усилий в производстве частей или сборке конечной продукции;
- уменьшение неопределенности и увеличение стабильности развития, так как в долгосрочных отношениях с конечным партнером объединяется их опыт и ресурсы;
- продвижение продукции взаимосвязанных компаний, приобретение доступа к уже существующей рыночной системе;
- уменьшение рисков в деятельности;
- предоставление технологий, ноу-хау и знаний, проведение совместных исследований, обучение персонала;
- взаимное производство и разработка технически сложных продуктов.

Успешная координация деятельности фирм является сложной задачей, учитывая различные цели и мотивы. Являясь независимыми, партнеры склонны принимать неоптимальные решения в плане интересов стратегического альянса в целом. Его участники постоянно вынуждены находить формы разрешения противоречий между задачами, стоящими перед стратегическим альянсом в целом и отдельными его партнерами.

Ассоциация – добровольное объединение физических, юридических лиц. Ассоциация может направлять общие исследования и разработки, предоставлять членам союза услуги, в частности информационные (обеспечение участников рыночной информацией, рекламой, технических разработок, промышленными стандартами и статистике), юридические (к консультации по вопросам правового регулирования предпринимательской деятельности, включая экспортно-импортные операции, кредитование), а также другие (поиск новых рынков и т.д.) [10; с. 44]. Данный союз получил распространение как один из ведущих видов сбыта, сфер потребления, разработки и установления стандартов ассоциации по вопросам отраслевых классификаторов качества, условий труда, надежности, уровня квалификации работников хозяйственных объединений, поскольку является универсальным способом ведения совместной деятельности.

К характеристикам ассоциации относятся:

- рекомендательный характер кооперативной деятельности;
- субсидиарная ответственность членов ассоциации по ее обязательствам в размере и порядке, предусмотренными учредительными документами ассоциации;
- сохранение хозяйственной самостоятельности и прав юридического лица;
- интеграция не отвечает по обязательствам своих членов;
- централизация энных функций, в частности информационного характера;
- право безвозмездного пользования ее услугами.

Итак, исходя из вышеизложенного следует, что разновидности объединений организаций представлены в научной литературе достаточно широко. Кроме этого важно отметить, что каждая форма объединения отличается от других по экономическим аспектам. Например, различия

между разновидностями объединений организаций могут заключаться в разном характере и глубине интеграции, уровне централизации управленческих функций, делегировании полномочий и обязанностей, понимании целей деятельности объединения. Выбор той или иной формы объединения организаций осуществляется в ответ на изменения в социально-экономической системе страны.

2.2 Хозяйственная ассоциация как форма развития туристской инфраструктуры

В данном параграфе рассмотрим более подробно одну из форм хозяйственных объединений, которой и является хозяйственная ассоциация.

Хозяйственные ассоциация - представляет собой договорное объединение предприятий, создаваемое в целях совместного осуществления одной или нескольких производственно-хозяйственных функций. Участие в ассоциации накладывает на предприятия менее жесткие, чем в концерне, ограничения. Участники хозяйственной ассоциации могут входить в другие договорные объединения предприятий без согласования с другими участниками.

Российским законодательством некоммерческими организациями признаются те туристические организации, которые в качестве главной цели деятельности не ставят получение и распределение прибыли. Такие организации отстаивают интересы потребителей туруслуг, помогают в решении проблем между туркомпаниями, государством и конечными потребителями.

Общественные объединения – добровольные, самоуправляемые некоммерческие организации, созданные по инициативе граждан, скооперировавшихся на основе общих интересов для реализации совместных целей (указанных в уставе общественного объединения). «Основной закон,

регламентирующий создание и деятельность общественных организаций – Федеральный закон от 19 мая 1995 года № 82-ФЗ “Об общественных объединениях”.

Основой организационно-правового регулирования отношений, связанных с созданием и функционированием ассоциаций (союзов), служат Гражданский кодекс РФ, «Федеральный закон "О сельскохозяйственной кооперации"». Рабочим документом является Федеральный закон "О некоммерческих организациях", в котором речь идет о правовой базе создания органов хозяйственного управления, о принципе "бесприбыльной" деятельности, применяемом в отношении учредителей ассоциации (союза).» «Федеральным законом «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон "О сельскохозяйственной кооперации"» № 73-ФЗ от 11.06.03 были внесены положения, касающиеся ведения предпринимательской деятельности ассоциацией кооперативов. Так, в случае, если по решению членов союза (ассоциации) на последний возлагается ведение предпринимательской деятельности, такой союз (ассоциация) преобразуется в хозяйственное общество или в товарищество в порядке, предусмотренном гражданским законодательством, либо может создать для осуществления предпринимательской деятельности хозяйственное общество или может участвовать в таком обществе (ст. 5, п. 2).»[11; с. 1504].

К сожалению действующая нормативно-правовая база не позволяет в полной мере создать продуктивную хозяйственную иерархию. Для этого необходимо усовершенствование законодательной базы по следующим направлениям:

Ассоциации и союзы как формы некоммерческой организации добровольно создаются участниками (собственниками) для осуществления управленческих функций. Таким образом, им следует придать официальный статус органов хозяйственного управления.

Отраслевые ассоциации (союзы) должны выступать как система, образованная от района до федерации, как единая хозяйственная вертикаль. Но на каждом уровне должна представляться как отдельное самостоятельное юридическое лицо, характеризующееся региональной спецификой.

В Законе "О некоммерческих организациях" не достаточно ограничиться координацией деятельности ассоциации и союзов, так же их предпринимательской деятельностью и защитой интересов. В новом законодательстве необходимо детально развить понятия "координация" и "защита", обосновать задачи, права, функции и ответственность отраслевых ассоциаций (союзов) на каждом уровне применительно к условиям АПК. Нужно конкретно разобраться с вопросом, касательно союзов и ассоциаций, совмещающих предпринимательскую и управленческую деятельность.

В законе предусмотрено, что некоммерческая организация при некоторых условиях имеет право осуществлять предпринимательскую деятельность. Поэтому законодательно нужно предусмотреть право на создание ассоциаций и союзов не только некоммерческих организации, но и коммерческих. А так же рассмотреть их участие в деятельности коммерческих и некоммерческих структурах, с описанием условий при которых это возможно.

Различного рода управленческие позиции, компетенция, структура, порядок формирования и срок полномочий органов управления некоммерческой организации, порядок принятия ими решений в Законе «О некоммерческих организациях» даны в общем плане, и не позволяют дать ответ на большинство практических вопросов управления отраслевой ассоциацией, что затрудняет их создание и деятельность. В этой связи необходимо:

- рассмотреть детально и расширить полномочия общего собрания участников, как высшего органа управления ассоциацией;

- утвердить статус постоянно функционирующего коллегиального органа управления, который выполняет руководство в период между общими собраниями участников.

Здесь говорится о совете директоров на примере акционерных общин, или по подобию кооперативных правлений, или координационном совете по подобию ассоциаций крестьянских хозяйств, или совете ассоциации (союза).

Представление механизма принятия коллективных решений по подобию Федерального закона "Об акционерных обществах"; стандартизированные названия освобожденной должности руководителя исполнительного органа - генеральный директор, директор, президент. Это те функции и условия, при которых создаются, предусмотренные в Законе исполнительные органы управления. Также следует определиться с наименованием должности руководителя, возглавляющего ассоциацию, и всегда функционирующего коллегиального органа управления (председатель совета директоров, он же председатель совета). При этом необходимо добиться стандартизации названий одинаковых должностей.

Стандартизировать услуги туристского продукта, тем самым увеличить рентабельность инфраструктуры этой сферы, позволяет координация деятельности национальных туристских администраций, в рамках региональной экономической интеграции. И в развивающихся странах, и в странах «зрелых» экономик (где туризм рассматривается как одно из возможных решений проблемы регионального развития) растут затраты на развитие индустрии туризма из-за международной конкуренции. Также имеется потребность в оценке эффективности национальной, региональной и местной политики продвижения туризма.

На основании ГК РФ туристские организации в целях координации своей деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов могут по договору между собой создавать объединения в форме

ассоциаций или союзов, являющихся некоммерческими туристскими организациями.

Ассоциация (союз) преобразуется в хозяйственное общество или товарищество, если по решению членов на союз возлагается ведение предпринимательской деятельности, а так же они могут создавать для осуществления предпринимательской туристской деятельности хозяйственное общество или участвовать в нем.

Основные принципы построения деятельности и организации такого объединения:

- объединение на основе общих экономических интересов;
- равноправие участников совместной деятельности;
- свобода выбора формы организационного объединения;
- в самоуправлении участников и объединения в целом;
- создание взаимосвязей среди участников на договорной основе;
- при вступлении в объединение каждый участник ответственен по обязательствам.

Входящие в объединение туристские организации, сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица. Руководящие органы объединения выполняют свои задачи на основе договоренности и не наделяются распорядительной властью в отношении туристских организаций.

Туристские ассоциации представляют собой группы независимых организаций, связанных между собой аналогичными целями. Для ассоциаций характерно то, что участие в одной ассоциации, никак не влияет на участие в других деятельности. Размеры и функции, выполняющиеся в пределах ассоциации, различают отдельные туристские организации в ней.

Переплетение связей, имеющих место быть между поставщиками, покупателями и производителями туристских услуг, долгосрочные отношения между туристскими организациями-участниками, являются характерными чертами туристских ассоциаций.

И формальные ассоциации, и совместные организации, где взаимоотношения между компаниями очень тесны, могут образовываться в пределах туристских ассоциаций.

Организации, занимающиеся одинаковыми видами туристской деятельности, зачастую создают туристские ассоциации. Это связано с основным преимуществом союзов — возможностью общими усилиями решить поставленные задачи, невыполнимые для каждой туристской организации по отдельности, например доступ к новым технологиям, завоевание новых рынков сбыта и др.

Более прочными связями имеют у туристских ассоциаций объединённых совместными инвестициями, в том числе и на долевой основе. Денежные взносы, новые технологии, персонал, специалисты – вклады, вносимые партнерами.

Члены туристских ассоциаций на основе долевых инвестиций не теряют полную самостоятельность в ведении своих дел, построении стратегии, распоряжение прибылью. Проведения совместных исследований, обмена технологиями, производство новых туристских продуктов и услуг, являются основами для создания подавляющих частей туристских ассоциаций.

Так же туристские союзы могут создаваться, благодаря взаимным интересам организаций, преследующих различные цели. Для одного партнера это может быть интерес к доступу на рынок, а другому – доступ к технологиям. Такие разные интересы и могут быть основанием для создания ассоциации. Обмен капитала на доступ к ресурсам, так же является мотивом для использования таких союзов.

Объединение туристских организаций в профессиональные ассоциации – является наиболее популярной формой защиты общих интересов, а также стремительного воздействия на рыночные процессы. Объединения такого рода, являются необходимым условием для выживания и развития туристских организаций, во многих странах, уже много лет.

Представление государственных интересов стран-участниц и содействие развитию мирового туризма и есть одна из основных функций международных туристских ассоциаций. Самая известная и масштабная в туристской деятельности в наше время – это Всемирная туристская организация (ВТО). Штаб-квартира ВТО находится в Мадриде (Испания). Ее действительными членами являются более 100 государств (в том числе Россия), несколько ассоциированных и свыше 150 присоединившихся членов. ВТО преследует следующие цели: ускорение и расширение содействия туризма миру, обеспечение доступа граждан к образованию и культуре во время путешествий, совершенствование международных стандартов в туристском секторе экономики и др. Кроме ВТО существенный вес на мировом туррынке имеют многие узкоотраслевые туристские объединения (например, Международная ассоциация воздушного транспорта).

В России на данное время существует множество туристских ассоциаций, например такая, как:

Российский Союз Туриндустрии (РСТ) был создан в 1993 г. До 2002 года организация называлась Российской ассоциацией туристических агентств (РАТА). В настоящее время Союз является крупнейшим отраслевым объединением, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма.

На сегодняшний день в Союз входят более 650 организаций из России, стран ближнего и дальнего зарубежья, а с учетом членов других туристских и гостиничных ассоциаций, вошедших в РСТ, Союз представляет интересы более 1300 предприятий туристской индустрии. В структуру РСТ входят 11 региональных отделений - Северо-Западное, Приморское, Красноярское, Хабаровское, Тверское, Нижегородское, Бурятское, Удмуртское, Ростовское, Приволжское и отделение РСТ на Кавказских Минеральных Водах. В рамках Союза работают комиссии: санаторно-курортная, по внутреннему туризму, правовая, страховая, автобусная. Предприятия-члены РСТ зарегистрированы и имеют филиалы в более чем 70 городах России.

Основные задачи РСТ – создание в стране цивилизованного туристского рынка и повышение конкурентоспособности национального туристского продукта услуг в сфере туризма.

РСТ защищает коллективные интересы участников Союза и права обслуживаемых ими клиентов, участвует в работе по:

- совершенствованию нормативно-правовой базы в сфере туризма;
- противодействию монополизации туристского рынка;
- оперативному разрешению конфликтных ситуаций в сфере туризма;
- привлечению инвестиций для развития туристской инфраструктуры;
- совершенствованию системы подготовки кадров;
- созданию новых турпродуктов и продвижению новых туристских направлений;
- внедрению новых технологий.

РСТ участвует в разработке проектов законов, реализует маркетинговые, образовательные, информационные проекты, в числе которых – ежедневная электронная газета RATA-news, серия каталогов по въездному туризму Just Russia, специализированный портал о санаторно-курортном лечении и оздоровительном туризме «СанКурТур», общероссийский добровольный

Генеральный реестр туристических агентств, информационная поддержка туристских брендов и дестинаций, организация инфотуров для руководителей предприятий туристической индустрии и журналистов.

РСТ - член Всемирной туристской организации (ЮНВТО), Торгово-промышленной палаты РФ и Российского союза промышленников и предпринимателей, Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России».[12]

Так же примером может послужить **Сибирская ассоциация гостеприимства** деятельность, которой направлена на развитие общественного питания в городе Красноярске. Данная ассоциация зарегистрирована по адресу:

Россия, 660041, г.Красноярск, ул. Курчатова, 1 «А», оф. 73-74.

Телефон/факс:+7(391)246-35-45

e-mail: mbezfamilnaya@mail.ru

Основными целями деятельности Ассоциации являются: - объединение юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, предпринимательская деятельность которых осуществляется в сфере услуг общественного питания (включая столовые в образовательных учреждениях и на предприятиях, услуги кейтеринга), а также производства и поставок сырья, продукции и услуг для этих предприятий, подчиняющихся законодательству Российской Федерации, правилам настоящего Устава и правилам обязательного характера, содержащихся во внутренних документах Ассоциации;

- саморегулирование в области осуществления указанной выше деятельности, юридических и индивидуальных предпринимателей, объединенных в Ассоциации в части, установленной законодательством Российской Федерации, и настоящим Уставом;

- содействие членам Ассоциации в осуществлении ими деятельности в сфере услуг общественного питания, а также производства и поставок сырья, продукции и услуг для этих предприятий;
- предупреждение причинения вреда жизни, здоровью и имуществу граждан, имуществу юридических лиц, государственному и муниципальному имуществу, окружающей среде при выполнении и оказании услуг организации общественного питания, а также производстве и поставках сырья, продукции и услуг для этой сферы;
- формирование положительного общественного мнения и репутации, повышение престижа и пропаганды отрасли общественного питания, индустрии туризма в целом, и достижений в этой сфере.

Поскольку важность туризма для национальной экономики и социального процветания очевидна, то его развитие является важным шагом как для туристской индустрии, так и для путешественников. Поэтому основными видами деятельности национальных организаций являются продвижение туризма в России, а также попытки расширить сотрудничество правительства и частной индустрии.[13]

Из сказанного выше можно сделать вывод о том, что хозяйственная ассоциация может служить мощнейшим фактором развития туристской индустрии. С точки зрения отдельных хозяйствующих субъектов, хозяйственная ассоциация - это возможный путь решения проблем развития в условиях усиливающейся конкуренции.

Важность последнего вышеизложенного тезиса относительно высокой значимости организации хозяйственной ассоциации предопределила дальнейшую логику исследования в рамках данной работы в сторону разработки проекта создания хозяйственной ассоциации на туристском рынке города Томска, который будет представлен в следующей главе.

3. Проект создания хозяйственной ассоциации на туристском рынке города Томска

3.1 Общие сведения и характеристика организаций членов ассоциации

3.1.1 Характеристика деятельности кафе «Солянка»

Из предыдущих параграфов следует, что благодаря добровольным формам взаимодействия предприятий удастся полноценно развивать туристскую инфраструктуру. При этом становится очевидно, что ассоциация как форма добровольного взаимодействия предприятий является одним из ключевых элементов инфраструктуры индустрии туризма. Поэтому целесообразно в рамках данного исследования оценить возможности интеграционного взаимодействия в форме ассоциации на примере двух организаций (кафе «Солянка» и Томская региональная общественная организация «Томское областное общество охотников и рыболовов»). Однако вначале необходимо рассмотреть общую характеристику деятельности рассматриваемых организаций и выявить возможности для удовлетворения их взаимных интересов в рамках добровольного объединения в форме ассоциации.

Кафе «Солянка» ООО «Бирси» образовано в форме Общества с ограниченной ответственностью с целью оказания услуг в сфере общественного питания.

Перечень услуг, оказываемых предприятием, включает следующие позиции:

- организация культурного досуга населения,
- услуги по комплексному питанию,
- обслуживание торжественных событий.

Основными принципами кафе являются:

- своевременная подача блюд;
- следование регламенту обслуживания;
- высокий уровень сервиса.

Название «Солянка» подразумевает то, что заведение предназначено для разного поколения людей. «Меню отпечатано типографским способом, на обложке меню имеется фирменный знак предприятия. Все блюда в меню перечисляются в последовательности, соответствующей порядку приема пищи. Предприятие осуществляет учет всей своей деятельности, ведет оперативный бухгалтерский учет и статистическую отчетность в порядке, установленном Законодательством РФ.

Основными нормативными документами, которыми регулируется финансовая деятельность предприятия, являются:

- Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 21.11.96 г. № 129-ФЗ.
- Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации. Утверждено приказом Минфина РФ от 29.07.98 г. № 34н (в ред. приказа Минфина РФ от 24.03.2000 г. №31н).
- План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и Инструкция по его применению. Утверждены приказом Минфина РФ от 31.10.2000 г. № 94н.

В кафе «Солянка» сложилась линейная структура управления. Линейная организационная структура – это самая простая иерархическая структура управления, называемая также пирамидальной или бюрократической. Линейная структура состоит из руководителя и нескольких подчиненных работников.»[14; с. 445]

Общее руководство кафе осуществляется директором. В непосредственном подчинении у директора находятся бухгалтер и управляющий. Бухгалтер отвечает за финансовую деятельность предприятия. В обязанности управляющего входят контроль за сотрудниками в самом кафе и организации деятельности кафе. Но прямой связи с официантами, к примеру, у нее нет. В подчинении управляющего находятся менеджеры,

шеф-повар и бар-менеджер. В обязанности менеджера входят контроль над обслуживающим персоналом, ведение отчетности по расходу хозяйственных товаров и инвентаря. Менеджеры отчитываются ежедневно управляющему о проделанной работе. По бару отчитывается бар-менеджер, который контролирует работу барменов. Отчет по кухне подготавливает шеф-поваром, который тоже отчитывается ежедневно.

Исходя из приведенной характеристики кафе «Солянка» следует, что это предприятие оказывает на рынке общественного питания достаточно традиционные услуги (организация питания и проведение досуга). Однако следует помнить, что в современных условиях рыночной экономики основной целью для любой фирмы является сохранение или расширение занимаемых позиций на рынке или его сегменте, стабильное получение прибыли или ее рост. Для достижения этой цели необходима ориентация фирмы на максимизацию прибыли, что, в свою очередь, может быть достигнуто путем нахождения новых рыночных ниш, а также оказания нового комплекса взаимодополняющих услуг. И в связи с этим становится актуальным вхождение различных фирм в ассоциации, позволяющих повышать их конкурентоспособность в рамках реализации совместных проектов.

Далее проведем оценку конкурентоспособности кафе «Солянка» с целью выявления необходимости для выработки новой стратегии развития на рынке общественного питания.

Произведем сравнительную оценку конкурентных преимуществ ООО «Бирси» и конкурентов, используя методику КФУ (ключевые факторы успеха). В сравнительном анализе проведем отбор конкурентов по двум признакам. Первый признак – географическая близость к кафе «Солянка». Вторым признаком – конкуренты должны быть прямыми. Другими словами, рассматриваются конкуренты, которые предлагают аналогичные товары или услуги одним и тем же группам потребителей. Основными конкурентами

ООО «Бирси» являются: Сети кофеен «Буланже» и «Буланжери», Повар-бар «Кухня». Анализ конкурентов представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ основных конкурентов ООО «Бирси»

Организация	Основные характеристики
Сеть кофеен «Буланже»	Ближайшее заведение расположено на Лагерном Саду. Удобная транспортная развязка (остановка). Обстановка заведения идеально подходит для деловых встреч и общения, работы и отдыха. Средний счет 500-1000 рублей.
Кофейня «Буланжери»	Расположена в цокольном этаже того же здания, что и кафе «Солянка». Излюбленное место отдыха студентов. Средний счет 500-800 рублей.
Повар-бар «КУХНЯ»	Расположен в недавно возведенном здании по соседству с кафе «Солянка». Над дизайном и рекламной компанией трудилось лучшая студия дизайна «Прованс». Открытая кухня. «Кухня» — единственное место в городе, где можно попробовать еду тэппанъяки. Повар готовит блюдо прямо перед вами на широкой железной сковороде тэппане и с пылу подает к столу. Средний чек: 550р

С помощью анкетирования, являющегося эффективнейшим методом маркетинговых исследований, позволяющим получить наиболее полную и достоверную информацию об отношении потребителей к хозяйствующим субъектам, проведем сравнительную оценку конкурентных преимуществ ООО «Бирси» и ее конкурентов. В анкетировании с помощью социальных сетей принимали участие 202 респондента. Анкетирование было проведено в июле-сентябре 2016 года. В качестве критериев были взяты: вкусовые качества блюда, цена, бренд, качество обслуживания, атмосфера заведения, реклама и маркетинг (таблица 2).

Таблица 2 – Определение веса факторов конкурентоспособности ООО «Бирси»

Показатели конкурентоспособности	Оценка фактора	Вес фактора $K_{\text{ф}}$
1. Уровень цен	3	$3/23=0,13$
2. Качество обслуживания посетителей	5	$5/23=0,22$
3. Качество блюд	5	$5/23=0,22$
4. Бренд	3	$3/23=0,13$
5. Атмосфера заведения	5	$5/23=0,22$
6. Реклама и маркетинг	2	$2/23=0,09$
СУММА	23	1

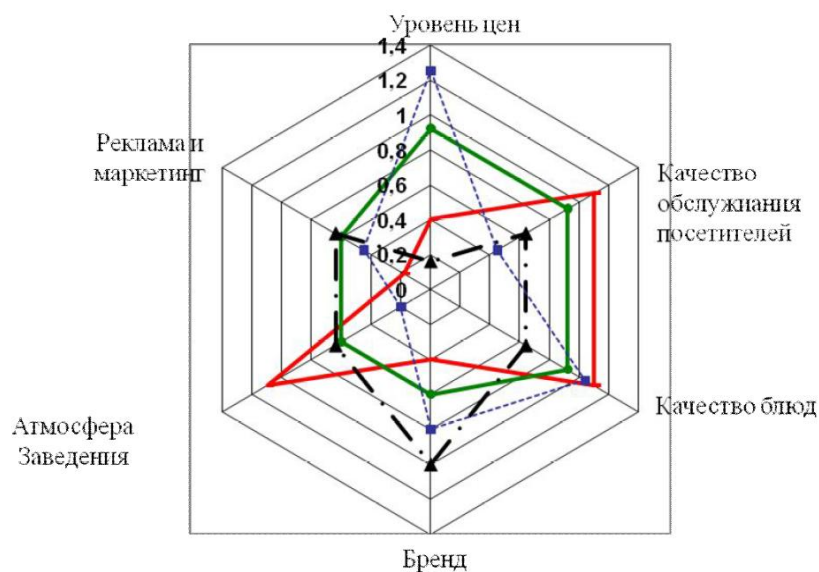
Оценка конкурентных преимуществ ООО «Бирси» и ее основных конкурентов по методике КФУ представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Оценка конкурентных преимуществ по методике КФУ

Показатели конкурентоспособности	Солянка		КУХНЯ		Буланже		Буланжери	
	Оценка фактора (P_{ai})	Взвешенная оценка ($K_{bi} * P_{ai}$)	P_{bi}	$K_{bi} * P_{bi}$	P_{ci}	$K_{ci} * P_{ci}$	P_{di}	$K_{di} * P_{di}$
1. Уровень цен	3	0,4	5	0,92	2	0,16	5	1,25
2. Качество обслуживания	5	1,1	5	0,92	4	0,64	3	0,45
3. Качество блюд	5	1,1	5	0,92	4	0,64	4	1,04
4. Бренд	3	0,4	4	0,6	7	1,69	3	0,8
5. Атмосфера заведения	5	1,1	4	0,6	4	0,64	2	0,2
6. Маркетинг и реклама	2	0,18	4	0,6	4	0,64	3	0,45
СУММА	23	4,28	27	4,56	25	4,41	20	4,19

На основании исследования можно сделать следующие выводы: Основными конкурентами ООО «Бирси» являются повар-бар «Кухня» и кофейня «Буланже», повар-бар является лидером.

По результатам анализа построим многоугольник конкурентоспособности (рисунок 1).



— ООО «Бирси» — Повар-бар КУХНЯ — . — . ♦ Буланже
..... Буланжери

Рисунок 4 – Многоугольник конкурентоспособности ООО «Бирси» и ее основных конкурентов

По результатам проведенной оценки факторов, характеризующих конкурентные позиции ООО «Бирси» и его конкурентов можно отметить, что:

- минимальный уровень цен на предлагаемые блюда способствует повышению конкурентоспособности Повар-бара «Кухня» и кофейни «Буланжери и является слабой стороной ООО «Бирси»;

- высокое качество обслуживания посетителей характерно для ООО «Бирси», Повар-бара «Кухня» и Кофейни «Буланже», тогда как низкое балльное значение этого фактора характеризует деятельность кофейни «Буланжери», тем самым, оказывая отрицательное влияние на ее конкурентные позиции;

- бренд для ООО «Бирси» является не самой сильной стороной. Узнаваемыми конкурентами являются Повар-бар «Кухня», Кофейни «Буланжери» и «Буланже»;

- высокое качество блюд характерно для ООО «Бирси» и Повар-бара «Кухня», что способствует повышению их конкурентоспособности;

- атмосфера заведения высоко оценена для Повар-бара «Кухня», ООО «Бирси» и Кофейни «Буланже»;

- реклама и маркетинг хорошо проработаны в Повар-баре «Кухня» и Кофейни «Буланже». Для ООО «Бирси» данный фактор является слабой стороной.

Построение многоугольника конкурентоспособности показало, что бренд ООО «Бирси» является слабой стороной, как и реклама, на что следует

обратить особое внимание руководству для повышения конкурентоспособности организации.

Таким образом, анализ конкурентоспособности кафе «Солянка» показал, что у предприятия могут возникнуть серьезные проблемы в процессе долгосрочного функционирования на рынке в силу нарастания конкуренции и других вышеописанных проблем.

Исходя из вышеизложенного следует, что для повышения конкурентоспособности кафе «Солянка» следует искать новые форматы оказания услуг на рынке. Один из путей повышения конкурентоспособности кафе «Солянка» – это создание ассоциации с организацией из сферы туризма. В качестве такой организации может выступить Томская региональная общественная организация «Томское областное общество охотников и рыболовов». Взаимодействие в рамках данной ассоциации позволит разработать дополнительный формат услуг для людей, занимающихся активными видами туризма (охота и рыбалка).

Поэтому для оценки целесообразности расширения перечня услуг было проведено анкетирование среди посетителей кафе «Солянка». Всего в анкете было два вопроса (приложение А). На них ответили порядка 150 респондентов. Респондентам предлагалось ответить на следующие вопросы:

1. Хотели вы бы участвовать в кулинарных мастер-классах по приготовлению дичи или рыбы в кафе «Солянка»?
2. Хотели бы вы стать участником охоты на дичь или рыбалки под руководством опытного инструктора с последующим участием в мастер-классе по приготовлению подстреленной дичи или пойманной рыбы в кафе «Солянка»?

Возможные варианты ответа: да, нет, не знаю.

Результаты опроса представлены на рисунке 5.

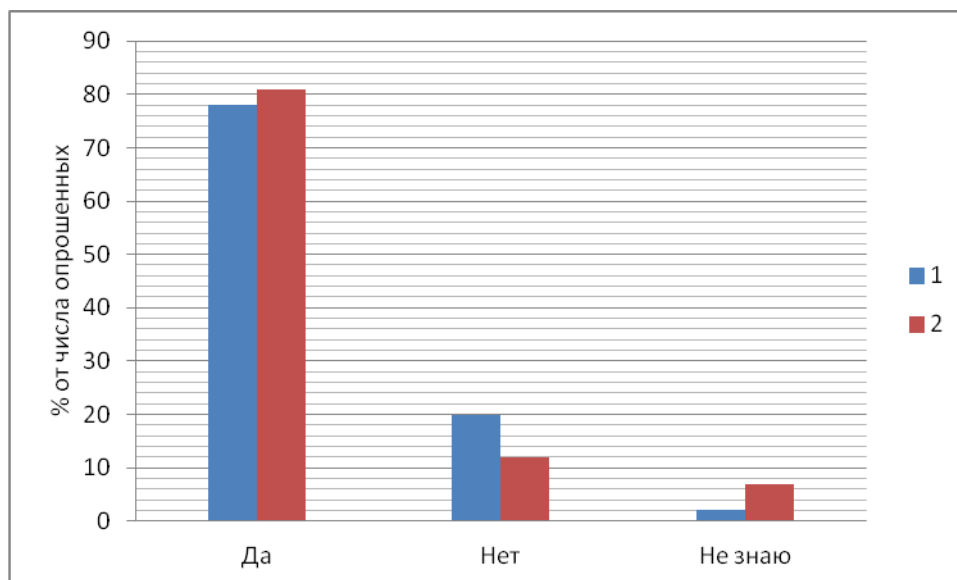


Рисунок 5 – Результаты опроса посетителей кафе «Солянка»

В результате опроса было выявлено, что 78% респондентов ответили «да», отвечая на 1 вопрос, 20% – «нет», 2% – «не знаю». Отвечая на 2 вопрос 81% респондентов ответили «да», 12% – «нет», 7% – «не знаю».

Таким образом, как показывают результаты опроса, видится целесообразность расширения перечня услуг с целью укрепления рыночных позиций кафе «Солянка».

3.1.2 Характеристика деятельности ТРОО «Томское облохотобщество»

Томская региональная общественная организация «Томское областное общество охотников и рыболовов» входит в состав «Российской ассоциации общественных объединений охотников и рыболовов» (Росохотрыболовсоюз). **Росохотрыболовсоюз** – крупнейшая в стране общественная организация, объединяющая 76 региональных общественных объединений охотников и рыболовов. Практически во всех городах и районных центрах страны имеются отделения указанных объединений.[15]

При этом важно отметить, что деятельность Ассоциации «Росохотрыболовсоюз» регламентируется российским законодательством и

Уставом Ассоциации. Ассоциация имеет свой флаг, гимн, эмблему, вымпел. Членами Ассоциации являются общественные объединения, зарегистрированные в установленном законом порядке. Ассоциация насчитывает в своих рядах более 1,5 миллионов охотников и рыболовов, что составляет около 70 % от численности всех охотников страны.

Несомненная важность деятельности Ассоциации «Росохотрыболовсоюз» состоит в решении следующих задач:

- объединение охотников и рыболовов для активного участия в ведении охотничьего и рыболовного хозяйства;
- охрана и увеличение поголовья диких зверей и птиц;
- развитие любительской охоты и рыбной ловли, охотничьего собаководства, трофейного дела;
- развитие стрелково-охотничьего и рыболовного спорта;
- организация и проведение конференций, семинаров, выставок, и конкурсов;
- осуществление благотворительной деятельности;
- участие в государственных и международных программах по охране и воспроизводству - природных ресурсов;
- взаимодействие с международными экологическими организациями.

Целями деятельности Томской региональной общественной организации «Томское областное общество охотников и рыболовов» (ТРОО «Томское облохотобщество») являются:

1. Рациональное использование и воспроизводство объектов животного мира и других природных ресурсов, ведение охотничье-рыболовного хозяйства, учет объектов животного мира, отнесенных к объектам охоты, повышение производительности и продуктивности охотничьих угодий, увеличение рыбных запасов на предоставленных в пользование ТРОО «Томское облохотобщество» водоемах.

2. Развитие охотничьего собаководства, стрелково-охотничьего и рыболовного спорта, включая организацию подготовки специалистов, спортсменов и судей, проведения различных спортивных соревнований.
3. Удовлетворение потребностей членов ТРОО «Томское облохотобщество» и других граждан в охоте, рыбной ловле, отдыхе, приобретении товаров охотничье-рыболовного и спортивно-туристического назначения, промышленного и продовольственного ассортимента.
4. Достижение других целей, предусмотренных Уставом ТРОО «Томское облохотобщество» [15]

Томская область – один из самых обеспеченных рыбными ресурсами регионов Западной Сибири. Водный фонд, имеющий рыбохозяйственное значение, составляет около 2,5% всей площади Томской области. Он включает в себя Среднюю Обь протяженностью 1170 км, 7 крупных притоков I порядка и 448 притоков II порядка. Площадь озер составляет 214 тыс. га. Общая площадь рыбопромысловых водоемов Томской области составляет 501,2 тыс. га.

Промысловые запасы водных биоресурсов Средней Оби в значительной степени связаны с мощностью пойменной системы и составляют в настоящее время 10 – 12 тыс. тонн. Промысловая ихтиофауна бассейна Средней Оби в Томской области в основном включает местные туводные частичковые, а также ценные виды рыб. К ценным относятся полупроходные виды рыб, поднимающиеся по р. Обь на нерест (осетр, нельма, муксун, пелядь), а также местная обская и чулымская стерлядь. Рыбопродуктивность водных объектов составляет: р. Обь – 17,8 кг/га, пойменные водоемы р. Обь (протоки, курьи, пойменные озера) – 53,3 кг/га, притоки р. Обь – 18,0 кг/га, таежные озера и мелкие речки – 4,9 кг/га.

Общий список видов охотничьих ресурсов на территории Томской области включает 27 видов млекопитающих и 54 вида птиц.

В настоящее время сложилась неблагоприятная ситуация с запасами охотничьих ресурсов на всей территории Томской области, численность которых находится ниже уровня возможной оптимальной численности. При оптимальной плотности лося 1,8 – 2,0 особи на тысячу га в 2013 – 2016 годах этот показатель не превышал 1,2 особи на тысячу га. Средняя плотность лосей в Российской Федерации составляет 3,2 особи на тысячу га (в европейской части России – 5,4; по Сибирскому федеральному округу – 2,5). Сходная картина наблюдается и с запасами дикого северного оленя. При оптимальной плотности 1,5 – 1,7 особи на тысячу га типичных угодий в период 2013 – 2016 годов данный показатель не превышал 0,8 особи. Средняя плотность дикого северного оленя по Российской Федерации составляет 4,3 особи на тысячу га, по Сибирскому федеральному округу этот показатель составляет 3,8 особи на тысячу га. В последние годы достаточно многочисленные популяции северного оленя в ряде районов сократились. Аналогичная ситуация сложилась по основным видам пушных животных (соболь, белка, заяц-беляк) и основным видам охотничьих птиц.

Государственная система управления охотничьим хозяйством по ряду причин, включая недостаточное финансирование, нехватку специалистов, не в состоянии в полном объеме и качественно осуществлять свои полномочия в сфере охоты и сохранения охотничьих ресурсов. В последнее время заметно набрал обороты пресс браконьерства, наносящий заметный ущерб охотничьим ресурсам и в первую очередь популяциям лося, северного оленя, соболя, боровой дичи.

В связи с ежегодным изменением методик по проведению зимних маршрутных учетных работ остается низким качество данных расчета численности охотничьих ресурсов, что является причиной получения недостоверных показателей учета численности охотничьих ресурсов, и

отсутствуют достоверные данные о состоянии охотничьих ресурсов и динамике их численности.

В рамках реализации программных мероприятий по усилению борьбы с браконьерством за счет проведения выездных рейдов на территории Томской области, повышению качества проводимых учетных работ за счет укрепления материально-технической базы охотоведов и егерей, приобретения навигационных приборов планируется увеличить запасы охотничьих ресурсов на всей территории Томской области.

Оценивая состояние охотничьих и рыболовных хозяйств на территории Томской области, также важно отметить, что повышается роль деятельности ТРОО «Томское облохотобщество» в решении общенациональных проблем, связанных с развитием охоты и рыболовства. Так, например на XIV съезде Росохотрыболовсоюза, на основе состоявшегося обсуждения вопросов состояния и развития охоты и охотничьего хозяйства, роли и деятельности общественных объединений охотников и рыболовов на современном этапе развития Российской Федерации, были определены следующие проблемы [16]:

- резко обострились экологические, социально-экономические и правовые проблемы развития охоты и осуществления охотхозяйственной деятельности;
- на государственном уровне нет понимания места и роли охоты и охотничьего хозяйства в народном хозяйстве, места и роли общественных охотничьих объединений в экономике и социальной сфере, в нравственных и воспитательных аспектах развития общества, устойчивом и рациональном использовании охотничьих ресурсов и сохранения их биоразнообразия;
- в стране отсутствует единая система государственного мониторинга и государственного учета охотничьих и рыбных ресурсов;

- отсутствует концепция развития индустрии охотничьего и рыболовного хозяйства, экологического туризма и вектора развития социальных, охотхозяйственных отношений на государственном уровне и др.

Исходя из вышеизложенного, видится необходимым следующее:

- признать охотничье хозяйство отраслью экономической деятельности;
- считать взаимодействия государственных органов, общественных охотничьих объединений и организаций в качестве важнейшего условия развития охотничьего хозяйства;
- обратить внимание на необходимость повышения роли и ответственности органов государственной власти федерального уровня, уровня субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в решении охотхозяйственных проблем;
- развивать самооценку и самосознание охотников, охотничьих коллективов, повышать гражданскую ответственность в вопросах сохранения охотничьих и рыбных ресурсов.

Из всех вышеперечисленных пунктов, особое внимание следует обратить на пункт, где подчеркивается важность именно взаимодействия государственных органов, общественных охотничьих объединений и организаций. Что в свою очередь является весьма актуальным для решения проблем охотничьих и рыболовных хозяйств, при этом объединяя интересы государства, общественных организаций, а также бизнеса. В таком случае одной из форм возможного интеграционного взаимодействия может служить хозяйственная ассоциация.

Для того чтобы выявить востребованность организации хозяйственной ассоциации со стороны ТРОО «Томское облохотобщество», было проведено экспертное интервью с представителем руководства данного общественного объединения. Выбор, сделанный, в пользу использования экспертного интервью обусловлен тем, что данный метод опроса позволяет проверить существующую гипотезу о возможности организации хозяйственной

ассоциации между кафе «Солянка» и ТРОО «Томское облохотобщество». Интервью записывалось на диктофон с последующей расшифровкой. Продолжительность интервью составило 15 мин.

При проведении экспертного интервью актуальной задачей интервьюера становится выбор компетентного респондента. В нашем случае таким респондентом стал председатель Томской региональной общественной организации «Томское областное общество охотников и рыболовов» Александр Владимирович Цимерман.

Вначале интервью был задан общий вопрос, а затем был сделан переход к более целенаправленным вопросам.

Были заданы следующие вопросы:

1. Насколько развит охотничье-рыболовный туризм в Томской области?
2. Как вы оцениваете необходимость организации хозяйственной ассоциации для развития туристкой инфраструктуры в городе Томске?
3. Видите ли вы перспективу для добровольного объединения ТРОО «Томское облохотобщество» с предприятием общественного питания (например, кафе «Солянка») в форме хозяйственной ассоциации?

Александр Владимирович отметил, что в соответствии с тенденциями развития туристской отрасли в Томской области, охотничье-рыболовный туризм наравне с другими видами туризма (деловым, лечебно-оздоровительным, экстремальным и др.) обладает высоким приоритетом. Он также подтвердил значимость и актуальность организации хозяйственной ассоциации, объединяющей различные элементы инфраструктуры охотничье-рыболовного туризма, в частности, общественное питание. Также он акцентировал свое внимание на то, что в Томской области сосредоточены обширные природные ресурсы, отличающиеся изобилием живности, а также богатые рыбные ресурсы. Что в свою очередь является предпосылкой привлечения в Томскую область рыболовов-любителей, а также туристов, предпочитающих активные виды отдыха. В связи с этим становится чрезвычайно важным – развитие необходимой инфраструктуры, которая

обеспечивает все необходимые условия для организации качественного туризма. Также, Александр Владимирович высказал мнение относительно перспектив взаимодействия ТРОО «Томское облохотобщество» и кафе «Солянка» в рамках хозяйственной ассоциации. Александр Владимирович положительно оценил возможность такого сотрудничества, что еще раз доказывает тезис о том, что хозяйственная ассоциация – это путь к эффективному объединению организаций, отвечающий интересам развития туристского рынка Томской области.

Итак, из вышеизложенного следует, что актуальность и необходимость организации хозяйственной ассоциации в поддержку развития туристской инфраструктуры в городе Томске подтверждается результатами проведенных опросов среди потенциальных туристов. Кроме этого, видится перспектива для добровольного объединения между ТРОО «Томское облохотобщество» и кафе «Солянка», как пример объединения интересов бизнес-сообщества и общественных организаций в рамках развития инфраструктуры охотничье-рыболовного туризма в городе Томске.

3.2 Разработка концепции создания хозяйственной ассоциации для предприятий туристской инфраструктуры

Создание хозяйственной ассоциации начинается в момент, когда среди субъектов определенной отрасли, осознающих необходимость координировать совместные усилия, появляется инициатор будущего союза с консолидирующей идеей. Суть этой идеи может заключаться в объединении усилий различных организаций для достижения общей цели. При этом важно отметить, что необходимо найти действительно важный для отрасли вопрос, который мог бы объединить заинтересованных в союзе организаций для конструктивного его обсуждения. После выявления преимуществ от

совместной работы, необходимо лишь закрепить факт создания ассоциации юридическим образом.

Итак, фундаментальной задачей Ассоциации организаций туристской инфраструктуры может служить развитие системы, доступной в решении вопросов административной и взаимной поддержки в интересах предпринимателей и иных организаций индустрии туризма, позволяющей им решать вопросы увеличения собственных доходов, а также общественно значимые задачи по развитию инфраструктуры в сфере туризма (транспорт, общественное питание и др.).

В случае создания хозяйственной ассоциации между кафе «Солянка» и ТРОО «Томское облохотобщество» следует понимать, что это будет юридически оформленная некоммерческая организация, чья деятельность будет регулироваться Гражданским кодексом России, Федеральным законом «О некоммерческих организациях», а также другими законодательными актами.

Для регистрации данной хозяйственной ассоциации необходимо представить в органы Министерства юстиции РФ следующие документы:

- заявление;
- устав объединения в 2-х экземплярах;
- сведения об учредителях;
- список членов руководящего органа;
- квитанцию об уплате регистрационного сбора;
- протокол учредительного собрания;
- справка о юридическом адресе.

После получения свидетельства о регистрации необходимо совершить еще ряд действий:

- встать на налоговый учет (получить свидетельство о присвоении ИНН);
- получить справку о присвоении кодов ОКВЭД;

- получить выписку из Единого государственного реестра юридических лиц;
- получить соответствующие документы из пенсионного фонда, фондов обязательного медицинского и социального страхования;
- изготовить печать;
- открыть расчетный счет и уведомить об этом инспекцию федеральной налоговой службы.

Теперь важно рассмотреть концепт организационной структуры данной ассоциации. Одна из возможных схем организационной структуры представлена на рисунке 6

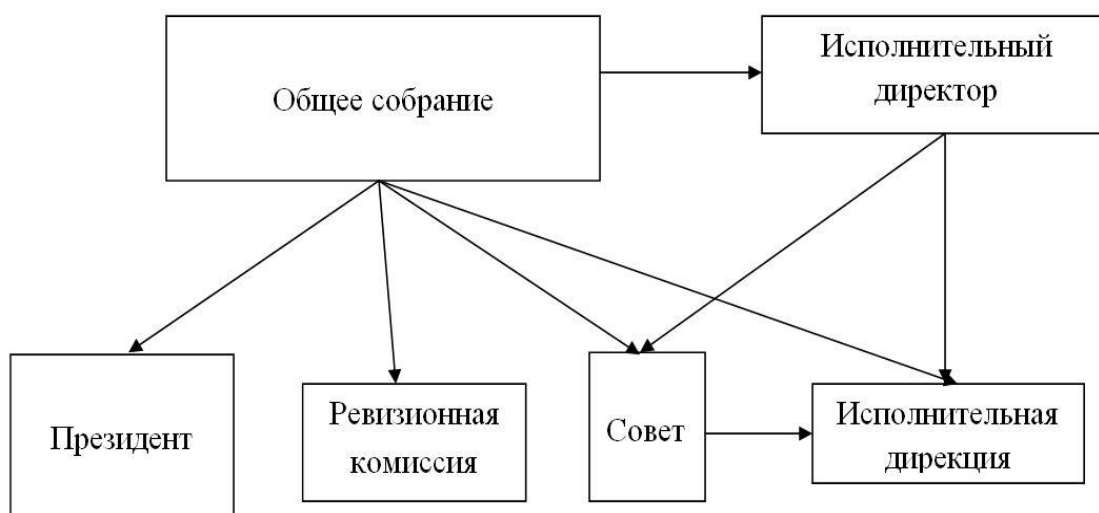


Рисунок 6 – Организационная структура хозяйственной ассоциации

Вышим органом управления данной хозяйственной ассоциации будет общее собрание членов. При этом отметим, что собрание членов ассоциации избирает президента, ревизионную комиссию и совет, а также утверждает состав исполнительной дирекции, которой руководит назначенный собранием директор.

Основной целью создания ассоциации между кафе «Солянка» и ТРОО «Томское облохотобщество» является системная реализация мероприятий по

развитию охотничьего и рыболовного туризма путем тесного взаимодействия между субъектами инфраструктуры туристского рынка г. Томска.

Задачами данной ассоциации являются:

- обеспечение взаимодействия субъектов в вопросах развития инфраструктуры туристского рынка на основе объединения и использования ресурсов развития туризма и сферы оказания сопутствующих услуг;
- обеспечение координации действий участников ассоциации в сфере туризма и сопутствующих услуг, содействие коллегиальной выработке мер по развитию туристской отрасли, обеспечение их систематизации (в том числе формирование совместных бизнес-проектов и инициатив, реализация туристских проектов и другое);
- обмен накопленным опытом в сфере создания благоприятной правовой, экономической, социальной среды для развития туризма и сопутствующих услуг на территории Томской области;
- продвижение туристских проектов членов ассоциации, а также популяризация природных, туристских, рекреационных ресурсов и туристских продуктов на региональном и местном уровне.

Необходимо отметить, что главный объект и продукт деятельности хозяйственной ассоциации – это информация. Данный тезис включает в себе понимание того, что проект является средством накопления, переработки и распространения информации. Следовательно, проекты хозяйственной ассоциации важный инструмент, который помимо практического эффекта несет и идеологический, укрепляющий ассоциацию.

Таким образом, в проект будущей хозяйственной ассоциации необходимо включить мероприятия по обеспечению информационного взаимодействия своих членов. Например, можно использовать возможности Интернета для создания информационной сети.

Также важно отметить, что уникальные проекты, которые могли бы быть реализованы ассоциацией между кафе «Солянка» и ТРОО «Томское облохотобщество» могут помочь привлечь новых туристов, в том числе и иностранных. Одним из таких проектов может выступить проект «Охота и рыбалка с мастер-классом по русской кухне».

Данный проект предполагает предоставление особых услуг туристам, увлекающимся охотой и рыбалкой. Туристы смогут освоить и развить навыки охоты и рыбалки с инструкторами, кроме этого освоить навыки кулинарного приготовления в самом кафе «Солянка» по окончании охоты или рыбалки в удобное для туристов время.

При этом важно отметить, что данная услуга может быть предоставлена в определенный период времени в соответствии со сроками на добычу охотничьих ресурсов в летне-осенний и осенне-зимний период охоты 2016-2017 годов:

- водоплавающая, болотно-луговая, полевая, степная дичь, дрозд-рябинник, серая ворона – с 27 августа по 15 ноября 2016 года;
- бурундук - с 27 августа по 31 октября 2016 года;
- барсук – с 1 сентября по 31 октября 2016 года;
- боровая дичь – с 15 сентября 2016 года по 28 февраля 2017 года;
- заяц-беляк, лисица, волк – с 1 октября 2016 года по 28 февраля 2017 года;
- бобр, выдра, ондатра, водяная полевка – с 1 октября 2016 года по 28 февраля 2017 года;
- соболь, норка американская, колонок, белка, летяга, рысь, россомаха, горностай, хорь степной, ласка, песец, куница лесная – с 1 ноября 2016 года по 28 февраля 2017 года;
- лось (взрослые самцы) – с 15 октября по 31 декабря 2016 года;
- дикий северный олень – (все половозрастные группы) – с 1 ноября 2016 года по 28 февраля 2017 года.

В рамках данного проекта предполагается, что услугой могут воспользоваться клиенты, интересующиеся охотой или рыбалкой. Также данный проект предполагает пассивное или активное участие в охоте или рыболовстве. Пассивный вид участия включает лишь ознакомление с процессом охоты или рыболовства. Тогда как активный вид участия включает себя полное погружение в процесс охоты и рыболовства с использованием специального охотничьего оружия и рыболовных снастей. Однако важно отметить, что для тех клиентов, кто желает поучаствовать в самом процессе охоты должен иметь охотничий билет, лицензию на ружья для охоты, а также разрешения на хранение и транспортировку оружия. Клиенты также должны иметь на руках путевку для осуществления охоты в районах Томской области. Данная путевка выдается ТРОО «Томское облохотобщество» по определенной цене.

Базовая стоимость путевки-договора для охотников с единым федеральным охотничьим билетом в закрепленных охотугодьях: Колпашевского, Бакчарского, Александровского, Верхнекетского, Кривошеинского, Чаинского, Тегульдетского, Каргасокского, Парабельского районов [17]:

заяц	один день охоты – 1500 рублей сезон охоты – 5000 рублей
боровая дичь	
водоплавающая, болотно-луговая, степная и полевая дичь	

Стоимость путевки-договора для членов Ассоциации «Росохотрыболовсоюз» других регионов:

заяц	один день охоты – 400 рублей сезон охоты – 3000 рублей
боровая дичь	
водоплавающая, болотно-	

луговая, степная и полевая дичь	
боровая дичь, заяц	один день охоты – 600 рублей сезон охоты – 5000 рублей

Стоимость путевки-договора для членов ТРОО «Томское облохотобщество» и членов РООиР:

заяц	один день охоты – 250 рублей сезон охоты – 2000 рублей
боровая дичь	
водоплавающая, болотно-луговая, степная и полевая дичь	
боровая дичь, заяц	один день охоты – 400 рублей сезон охоты – 3000 рублей

Предусмотрены льготы:

- 50% от установленной стоимости путевки-договора всем женщинам инвалидам 1 и 2 группы, а также пенсионерам, достигшим 60 лет;
- путевки-договора выдаются бесплатно всем членам общества, достигшим 70 лет.

Теперь рассмотрим организационные аспекты проекта «Охота и рыбалка с мастер-классом по русской кухне».

Во-первых, потенциальный клиент узнает информацию о возможности получения услуг для туристов, увлекающихся охотой и рыбалкой, либо при посещении кафе «Солянка», либо при получении путевки для охоты в ТРОО «Томское облохотобщество». Также возможно получить необходимую информацию об услуге посредством информационного портала в сети интернет, который может быть создан в рамках хозяйственной ассоциации между кафе «Солянка» и ТРОО «Томское облохотобщество».

Во-вторых, клиент выбирает конкретный пакет услуг исходя из своих предпочтений и наличного бюджета. Предоставляемые пакеты услуг будут

дифференцированы по цене и содержанию. Кроме этого, заказ необходимо будет оформить за 3-4 дня до даты проведения мероприятий. Сделать заказ можно будет по номеру телефона кафе «Солянка» или непосредственно в самом кафе. При этом клиенту необходимо будет сделать предоплату 50% от стоимости предоставляемого пакета услуг. Прейскуранты представлены в приложении Б. Рассмотрим возможные пакеты услуг:

1.Участие в кулинарном мастер-классе по приготовлению дичи или рыбы в кафе «Солянка». Данный мастер класс предполагает следующие этапы:

- встреча гостей сотрудниками кафе «Солянка» в тематических костюмах;
- погружение гостей в удивительную атмосферу заведения;
- знакомство с шеф-поваром заведения, который сам является заядлым охотником и рыболовом;
- проведение мастер-класса по приготовлению дичи (рыбы);
- беседа с членом Томского облохотобщества об особенностях охоты и рыбалки.

Мастер-класс позволит ответить на следующие вопросы:

1. Как готовят блюда из дичи (рыбы)?
2. Основные этапы приготовления дичи (рыбы)?
3. Разморозка и ощипывание дичи?
4. Потрошение дичи (рыбы)?
5. Заправление и шпигование дичи (рыбы)?
6. Приготовление блюд из дичи (рыбы)?
7. Как определить готовность мяса дичи (рыбы)?

В рамках мастер-класса предусмотрена возможность встретиться с охотником (рыбаком)-профессионалом и задать ему вопросы.

2. Участие в охоте на дичь или рыбалке под руководством опытного инструктора с последующим участием в мастер-классе по приготовлению подстреленной дичи или пойманной рыбы в кафе «Солянка». Данный мастер класс предполагает следующие этапы:

- организация доставки клиентов от кафе «Солянка» до охотничьих угодий или мест для ловли рыбы;
- проведение охоты или рыбалки с активным или пассивным участием клиентов;
- организация фуршета на охоте или рыбалке;
- обратная доставка клиентов до кафе «Солянка»;
- встреча клиентов сотрудниками кафе «Солянка» в тематических костюмах;
- погружение клиентов в удивительную атмосферу заведения;
- знакомство с шеф-поваром заведения, который сам является заядлым охотником и рыболовом;
- проведение мастер-класса по приготовлению дичи (рыбы).

Особенностью данного пакета услуг является возможность участия клиента в активной или пассивной форме. При пассивном участии клиенту не нужно приобретать путевку для охоты. Клиент присутствует на самой охоте, соблюдая технику безопасности под присмотром инструктора. Сам инструктор проводит инструктаж по технике безопасности на охоте, объясняет особенности охоты (рыбалки), а также демонстрирует навыки охоты (рыболовства).

Для активных участников охоты, также проводится инструктаж по технике безопасности на охоте и выдается памятка охотника (см. приложение В). После чего начинается охота под руководством инструктора.

Таким образом, в рамках реализации проекта будет осуществляться четкое разделение обязанностей между кафе «Солянка» и ТРОО «Томское облохотобщество». Кафе «Солянка» будет обязана обеспечить комфортную доставку клиентов до охотничьих угодий или мест для ловли рыбы, организовать фуршет после охоты или рыбалки, а также обеспечить обратную доставку клиентов до кафе «Солянка» с последующим проведением мастер-класса в установленное время.

ТРОО «Томское облохотобщество» обязано будет оказывать информационную поддержку по продвижению проекта «Охота и рыбалка с мастер-классом по русской кухне». Кроме этого, обеспечить компетентными инструкторами для проведения охоты или рыбалки.

Реализация данного проекта весьма актуальна с целью решения проблем, связанных с популяризацией охотничьего и рыболовного туризма. Томская область имеет большой потенциал для организации спортивной и любительской ловли для отечественных и иностранных туристов. Такие виды активного туризма, как охота и рыбалка, весьма популярны во всем мире.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Теоретический анализ научной литературы по данной теме исследования позволяет заключить, что туристская инфраструктура – это вид социальной инфраструктуры, представляющей собой систему различных организаций и сетей, которые обеспечивают удовлетворение потребностей туристов в процессе потребления ими туристских услуг. Также важно отметить, что условием эффективного развития туристской индустрии является наличие качественных связей между элементами её инфраструктуры, которая полностью удовлетворяет потребностям потенциальных туристов. Также необходимо отметить, что на состояние инфраструктуры влияют различные факторы (экономические, политические, географические, социально-культурные и др.), которые в совокупности могут выступать либо барьером, либо катализатором развития туристской индустрии.

Анализ существующих в хозяйственной практике форм объединений организаций показал, что каждая форма объединения (ассоциация, корпорация, концерн, консорциум и др.) отличается от других по экономическим аспектам. Например, различия между разновидностями объединений организаций могут иметь разный уровень глубины и характер интеграции. Кроме этого, объединения могут отличаться по уровню централизации управленческих функции, а также по степени делегирования полномочий и обязанностей между их участниками.

Также в ходе проведенного исследования было выявлено что, хозяйственная ассоциация может являться ключом к развитию туристской инфраструктуры. С точки зрения отдельного предприятия, хозяйственная ассоциация - это один из путей решения проблемы повышения конкурентоспособности в условиях усиливающейся конкуренции.

Вышеизложенные выводы послужили важными аргументами в пользу разработки проекта создания хозяйственной ассоциации на туристском

рынке города Томска. Разработка данного проекта предполагала выполнение следующих этапов:

1. Оценка возможности интеграционного взаимодействия в форме хозяйственной ассоциации на примере двух организаций (кафе «Солянка» и ТРОО «Томское облохотобщество») путём использования инструментов социологического исследования (анкетирование, экспертное интервью).
2. Выявление путей взаимного удовлетворения интересов участников хозяйственной ассоциации.
3. Разработка концепции создания хозяйственной ассоциации между кафе «Солянка» и ТРОО «Томское облохотобщество».

Подтверждая значимость реализации последнего из трех вышеперечисленных пунктов отметим, что основной целью создания хозяйственной ассоциации между кафе «Солянка» и ТРОО «Томское облохотобщество» является реализация системы мероприятий по развитию охотничьего и рыболовного туризма посредством тесного взаимодействия между субъектами инфраструктуры туристского рынка г. Томска.

Таким образом, проект хозяйственной ассоциации между кафе «Солянка» и ТРОО «Томское облохотобщество» является с одной стороны – организационной формой, позволяющей укрепить связи между субъектами инфраструктуры туризма Томской области, с другой стороны – это путь к популяризации охотничье-рыболовного туризма в регионе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Понятие инфраструктура. Современный толковый словарь. [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.rus.freecopy.ru/print.php?id=186974> (дата обращения: 05.05.2017)
2. Шарыгин М.Д. Эволюция учения о территориальных общественных системах // Географический вестник, №1. Пермь, 2006. С. 4–13.
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2008. – 181с.
4. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
5. Кусков А.С. Основы туризма: учебник/ А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2013. –132с.
6. Виноградова М.В., Солдатов П.И. Инфраструктура туристского комплекса//Вестник ТомГУ, №324. Томск: ТомГУ, 2009. С.264–271.
7. Овчаров А.О. Экономика туризма: Уч.пособие. – М.: ИФРА-М, 2014. – 67с.
8. Асланов Д.И. Развитие теоретико-методологических основ трансформации санаторно-курортного комплекса региона. Автореф... д-ра экон. наук. Екатеринбург: УрГЭУ, 2013. – 46 с.
9. Дурович А.П. Организация туризма. Уч. пособие. – СПб.: Питер, 2012. – 19с.
10. Экономический словарь/ Под. Ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 2007. – 390с. – 374с. –339с. – 736с. –984с. – 1094с. – 44с.
11. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. Части первая, вторая, третья, четвертая : (учебно-практический) / Институт частного права; под ред. С.А. Степанова – 2-е изд.. – Москва: Проспект, 2009. – 1504с.

12. Российский Союз Туриндустрии (РСТ). Турпром. [Электронный ресурс]
режимдоступа:[http://www.tourprom.ru/unions/rossiiskii_soyuz_turindustrii_\(rs_t\)/](http://www.tourprom.ru/unions/rossiiskii_soyuz_turindustrii_(rs_t)/) (дата обращения: 24.05.2017)
13. Сибирская ассоциация гостеприимства. [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://sag.krasfair.ru/?ustavsag> (дата обращения: 24.05.2017)
14. Борисова Е.А. Управление персоналом дл современных руководителей/ Е.А. Борисова. – СПб.: Питер, 2003. – 445 с.
15. <http://www.rors.tomsk.ru/company/> Устав Томской региональной общественной организации «Томское областное общество охотников и рыболовов» // Офиц. сайт ТРОО «Томское облохотобщество» URL: <http://www.rors.tomsk.ru/upload/iblock/897/ustav-tomskoy-regionalnoy-obshchestvennoy-organizatsii-tomskoe-oblastnoe-obshchestvo-okhotnikov-i-rybolovov.pdf> (дата обращения 22.05.2017)
16. Резолюция XIV съезда Росохотрыболовсоюза от 22 февраля 2017 года // Офиц. сайт Росохотрыболовсоюза URL: <http://rors.ru/new/rezolyuciya-xiv-sezda-rosoxotrybolovsoyuza/> (дата обращения 22.05.2017)
17. Прейскурант цен на путевки в охот. угодьях ТРОО «Томское облохотобщество» // Офиц. сайт ТРОО«Томскоеоблохотобщество» URL:http://www.rors.tomsk.ru/news/preyskurant_tsen_na_putevki_v_okhot_ug_odyakh_troo_tomskogo_oblokhotoobshchestvo/ (дата обращения: 27.05.2017)
18. Худеньких Ю.А. Пермский туризм: территориальная организация и региональное развитие. Пермь: Перм. ун-т, 2006. – 191 с.
19. Яковлева С.И. Инфраструктурное обеспечение регионального развития. Автореф....дис. д-ра экон. наук. СПб., 2005. – 34 с.
20. Оборин М.С. Подходы к определению сущности курортной инфраструктуры региона: теория и практика // Известия УрГЭУ. № 1(51), 2014. С.66–71.

21. Микоян Д.С. Социально-экономическое развитие инфраструктуры санаторно-курортной сферы региона. Автореф...канд. экон. наук. М., 2009. – 22 с.
22. Косманев А.Л. Подходы к определению туристской инфраструктуры // Возможности развития туризма Сибирского региона и сопредельных территорий: Материалы межрегиональной научно-практической конференции. Томск, 2009. С.43-45.
23. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма: учебник. М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
24. Косманев А.Л. Региональная туристская инфраструктура: подходы, методы и опыт исследования // Псковский регионологический журнал, №10. 2010. С.46–57.
25. Горина А.П., Горин И.А., Горина О.В. Модернизация объектов туристской инфраструктуры в Республике Мордовия // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы: сб. ст. II международной научно-практической конференции. Поволжский гос. ун-т сервиса. Тольятти: Изд-во ПВГУС, 2011. С. 90–93.
26. Архипова В.Ф., Левизов А.С. Об инфраструктуре как определяющем факторе развития туризма в регионе // Вестник ВладГУ. Владимир: ВГУ, №72, 2005. С. 21–23.
27. Понятие инфраструктура. Современный толковый словарь. [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.rus.freecopy.ru/print.php?id=186974>(дата обращения: 16.05.2017)
28. Федеральный закон от 24.11.1996 N132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в РФ» ст.1. основные понятия [Электронный ресурс]- Режим доступа: http://www.ozpp.ru/zknd/turi/turi_3777.html (дата обращения: 15.05.2017)
29. Барабанов, А.С. Оценка конкурентоспособности региона / А.С. Барабанов // Проблемы теории и практики управления. – М., 2011. – № 3. С.69-81.

- 30.** Татаркин, А. И. Оценка инвестиционных потребностей социально-экономического развития региона / А. И. Татаркин, М. Р. Биматов // Журнал экономической теории. – 2010. – № 2. С. 29-33.
- 31.** Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М.: Кнорус, 2008. – 400с.
- 32.** Можаяева Н.Г., Богинская Е.В. Туризм. М.: Гардарики, 2007. – 270 с.
- 33.** Темный Ю.В., Темная Л.Р. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2010. – 448 с.
- 34.** Бебрис А.О. Формирование механизмов развития предпринимательских структур в условиях конкуренции /А.О. Бебрис и др. // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2011. № 17. С. 113-118.
- 35.** Морозов М.А. Модели управления предпринимательскими структурами в туризме в условиях риска и неопределенности /М.А. Морозов и др. // Прикладная информатика. - 2012. - № 6. С. 102-108.
- 36.** Орехов С.А. Менеджмент предприятий (организаций) /С.А. Орехов, М.М. Романова и др.: учебник, гриф УМО по Образованию – М.: Изд-во МНЭПУ, 2012. С. 43-59.
- 37.** Романова М.М. Формирование индустрии гостеприимства как механизм стратегического развития региона. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Москва, 2006. – 172 с.
- 38.** Проблемы туризма: теория, управление, инновации: моногр. / под ред. Ю. В. Кузнецова. – СПб.: Астерион, 2011. С. 105–120.
- 39.** 4. Тарасова Т.Н. Проблема управления конкурентоспособностью микро- предприятия туризма // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2012. – № 6.
- 40.** Драчева Е.Л. Экономика и организация туризма. Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2010. С. 15-49.

Приложение А



Анкета Гостя Кафе «Солянка»

Уважаемые гости!

С целью улучшения качества обслуживания и расширения перечня оказываемых услуг просим Вас ответить на несколько вопросов.

Ваши ответы помогут нам сделать Ваше пребывание у нас еще более приятным и незабываемым!

1) Хотели вы бы участвовать в кулинарных мастер-классах по приготовлению дичи или рыбы в кафе «Солянка»?

- ДА
- НЕТ
- НЕ ЗНАЮ

2) Хотели бы вы стать участником охоты на дичь или рыбалки под руководством опытного инструктора с последующим участием в мастер-классе по приготовлению подстреленной дичи или пойманной рыбы в кафе «Солянка»?

- ДА
- НЕТ
- НЕ ЗНАЮ

Приложение Б

ПРЕЙСКУРАНТ

на пакет услуг «Мастер-класс по приготовлению дичи или рыбы в кафе
«Солянка»»

№п/ п	Наименование услуги	Стоимость услуги, руб.
1	Создание условий для проведения мастер-класса:	
а	Тушка зайца	1200
б	Тушка глухаря	2600
в	Тушка куропатки	800
г	Тушка утки	750
д	Щука (1 шт.)	600
е	Карась (3 шт.)	90
ж	Дополнительные ингредиенты	500
	Обслуживание персоналом кафе:	

а	Проведение мастер-класса шеф-поваром кафе	1500
б	Работа официантов	650
	Дополнительные услуги:	
а	«Советы от охотника и рыбака-профессионала»	1500

ПРЕЙСКУРАНТ

на пакет услуг «Охота на дичь или рыбалка под руководством опытного инструктора с последующим участием в мастер-классе по приготовлению подстреленной дичи или пойманной рыбы в кафе «Солянка»»

№п/п	Наименование услуги	Стоимость услуги, руб.
1	Создание условий для проведения охоты:	
	Получение путевки для охоты (один день охоты)	1500
	Получение путевки для охоты (один день охоты), для членов Ассоциации «Росохотрыболовсоюз» других регионов	400

	Получение путевки для охоты (один день охоты), для членов ТРОО «Томское облохотобщество» и членов РООиР	250
2	Создание условий для наличия зверя (рыбы) и успешного проведения охоты (рыбалки), что включает в себя оплату стоимости добычи дичи (рыбы) и ее обработки.	
а	Тушка зайца	1600
б	Тушка глухаря	3100
в	Тушка куропатки	1200
г	Тушка утки	1000
д	Щука (1 шт.)	800
е	Карась (1 шт.)	50
ж	Вспомогательные средства	450
3	Предоставление автотранспорта при условии закупки ГСМ за счет участников охоты	1200

4	Обслуживание инструктором	1600
5	Дополнительные услуги по охоте (рыбалке):	
а	Организация фуршета	450
	Обслуживание персоналом кафе:	
а	Проведение мастер-класса шеф-поваром кафе	1500
б	Работа официантов	650
б	Дополнительные услуги по мастер-классу:	
а	«Советы от охотника и рыбака-профессионала»	1500

Приложение В

Памятка участника охоты

Охотник обязан обращаться с оружием так, как будто оно всегда заряжено и готово к выстрелу.

Запрещается направлять оружие на человека или домашних животных, даже если оно не заряжено. Оружие охотник должен держать так, чтобы стволы ружья всегда были направлены в сторону от людей, домашних животных или построек. При зарядании или разряднении ружье следует направлять стволами вверх или в землю, отвернувшись в сторону от других охотников.

Запрещается передавать другому охотнику ружье, предварительно не осмотрев и не разрядив его. Взяв ружье, необходимо прежде всего убедиться, что оно разряжено.

Запрещается взводить курки без необходимости произвести немедленный выстрел, а безкурковое оружие держать с открытым предохранителем.

При передвижении на всех видах транспорта оружие должно быть в чехлах или разобранным. При коротких переездах внутри угодий, а также при передвижении на лодке по водоему во время охоты и следования к шалашам и засидкам допускается держать ружье собранным, но обязательно разряженным и направленным стволами вверх или в сторону от находящихся рядом людей.

При преодолении на охоте препятствий – канав, изгородей, буреломов, переходе по кладям через речки, ручьи оружие необходимо обязательно разрядить.

Во избежание выстрела, направленного в самого себя, никогда не следует вытаскивать собранное оружие за стволы из лодки, повозки, саней, машины.

При подходе к населенному пункту, месту привала, сбору, к машине ружье следует обязательно разрядить.

На привале оружие следует вешать на надежную, выше человеческого роста опору, крепкий сучок дерева, предварительно разрядив ружье и убедившись в крепости сука дерева или другой опоры.

Особую осторожность охотник должен соблюдать при стрельбе. В зарослях, кустах и закрытой местности запрещается стрельба по взлетающей птице ниже 2,5 метра.

Запрещается стрелять на "шум", "шорох", по неясно видимой цели, в тумане, в сильный снегопад, в сумерках, против солнца и при других условиях плохой видимости.

Стрельбу пульей, даже из гладкоствольных ружей, а также картечью и крупными номерами дроби охотник должен производить с особой осторожностью и только предварительно убедившись в том, что в направлении выстрела нет людей или домашних животных.

Необходимо помнить, что пули, выпущенные из гладкоствольного ружья, опасны на расстоянии одного километра, картечь на 400-500 метров, крупные номера дроби до 200-300 метров. А также то, что пуля и дробь дают рикошета от деревьев или мерзлого грунта и даже в густом лесу часто проходят большое расстояние, не задев деревьев или естественных препятствий.

Стреляя, охотник должен всегда помнить, что в угодьях могут находиться другие охотники, туристы, лыжники, а также люди, производящие сельскохозяйственные работы, рубку леса, выпас скота, сбор грибов и ягод.

При групповой ходовой охоте на пересеченной местности, в лесу, камышах, зарослях следует быть особенно внимательным при производстве выстрела. Строго соблюдать взятое направление, постоянно поддерживать слуховую и зрительную связь с другими охотниками.

После выстрела следует всякий раз проверять, не осталось ли в каналах стволов пыжей, прокладок, частей разорванной ваты. Этим оберегается ружье от разрыва стволов, а охотник от возможного ранения. Категорически запрещается добивать прикладом ружья раненого зверя или птицу. При ударе прикладом ружья о землю может произойти выстрел, направленный в самого охотника.

Если патрон не входит в патронник (отсырел, некалиброван, раздута гильза), никогда не следует досылать его силой в патронник, а тем более забивать. Это опасно, так как может произойти выстрел при открытом ружье. Патрон следует осторожно извлечь из патронника и заменить другим.

Если ружье не закрывается вследствие плохо поставленного капсюля-воспламенителя в капсюльное гнездо гильзы, то такой патрон следует заменить другим. Закрывание ружья силой в этом случае может привести к воспламенению капсюля, выстрелу при открытом ружье и тяжелому ранению охотника.

Если заряженный патрон не выдвигается из патронника экстрактором, необходимо, закрыв ружье, произвести выстрел. Стреляная гильза будет легко извлечена. В случае, когда при открывании ружья головка гильзы проскочила через экстрактор, а патрон остался в патроннике, следует отделить стволы от колодки ружья, отвинтить винт экстрактора, вынуть или вытолкнуть патрон с помощью вырезанного прута, шомпола или ручного экстрактора.

При поперечном разрыве папковой гильзы, часть которой осталась в канале ствола, дальнейшая стрельба из этого ствола не допускается. Засевшую часть гильзы следует извлекать экстрактором.