предприятий достоверной информации относительно удовлетворенности клиентов качеством услуг и обслуживания на их предприятиях также не оказывает содействие решению проблем этих предприятий.

В рыночных условиях без социологических исследований не может обойтись ни одно из гостиничных предприятий, поскольку их экономический успех в большей мере зависит от социокультурных и социально-психологических факторов, состояние и возможности использования которых могут быть выявлены лишь благодаря этим исследованиям, и, прежде всего, благодаря экспресс опросам.

С помощью анкетного опроса руководитель может получить информацию, которая не содержится в документальных источниках и не всегда доступна прямому наблюдению. Особого значения эти исследования приобретают в сфере гостиничного обслуживания, где надежным источником информации является человек (клиент) - непосредственный участник, представитель и носитель исследуемых явлений.

Анализ проблем инфраструктуры туризма позволяет установить, что одной лишь поверхностной информации о ее состоянии недостаточно для того, чтобы можно было осуществлять соответствующие изменения. Необходима еще и осведомленность о том, как, опираясь на знание о состоянии объекта, построить определенную модель его изменений в соответствии с поставленными целями. Такими знаниями являются знания о социальных технологиях. Применение социальных технологий возможно лишь тогда, когда им предшевствует социальная диагностика.

Выводы. На основе анализа состояния и уровня развития инфраструктуры туризма обоснована необходимость модернизации туристских предприятия, повышения качества услуг путем использования комплексных социологических исследований и внедрения новых моделей управления.

Анализ факторов развития инфраструктуры туризма, обобщение зарубежного опыта подтверждают необходимость комплексного подхода к изучению проблем отрасли, разработки и внедрения механизмов, которые базируются на качественном удовлетворении потребностей туристов через систему гостиничных предприятий.

Установлено, что приоритетными направлениями развития гостиничных предприятий является: внедрение новой системы классификации средств размещения туристов; внедрение унифицированных технологий и комплексной автоматизации технологических процессов; повышение уровня сервиса путем внедрения основополагающих стандартов в деятельность предприятий туризма.

Источники и литература:

1. Платонова Н. А. Трансформация личного потребления в условиях современного общества / Н. А. Платонова, О. И. Вапнярская // Сборник научных трудов конференции. Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – 2012. – С. 56–57.
2. Сахарчук Е. С. Возможности использования международного опыта электронных продаж в туризме в контексте развития региональных программ продвижения и реализации турпродукта / Е. С. Сахарчук // Сервис в России и за рубежом. – 2009. – № 4. – С. 174–183.
3. Федулин А. А. Современное состояние и приоритетные направления развития туризма и туристского образования в России / А. А. Федулин // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2009. – №4. – С. 70–75.
4. Ульянченко Л. А. Модель формализации отношений узловой компании и других участников туристского кластера / Л. А. Ульянченко // Транспортное дело России. – 2009. – № 2. – С. 24–26.

Лущан Т.В., Проскурнина Е.А., Шамилева Э.Э. **УДК 338.26: 338**

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация. *В статье рассматривается отечественный и зарубежный механизм государственной поддержки малого предпринимательства в туристической отрасли. Анализируются проблемы его функционирования, а также определяются основные рычаги государственного регулирования в туристической отрасли.*
Ключевые слова: *формирование, государство, государственная поддержка, механизм поддержки, условия функционирования, малое предпринимательство, регулирование, туристическая отрасль.*

Анотація. *У статті розглядається вітчизняний та зарубіжний механізм державної підтримки малого підприємництва в туристичній галузі. Аналізуються проблеми його функціонування, а також визначаються основні важелі державного регулювання у туристичній галузі.*
Ключові слова: *формування, держава, державна підтримка, механізм підтримки, умови функціонування, мале підприємництво, регулювання, туристична галузь.*

Summary. *The article deals with domestic and foreign mechanism of state support of small business in the tourism industry. Analyzes the problems of its functioning, as well as identifies the key levers of state regulation in the tourism industry.*

Analysis of trends in socio-economic development of the country and regions shows that currently more than half of the gross domestic product is produced in the service sector. Scope of services is one of the most promising, high-growth sectors of the Russian economy. At the same time tourism, as a subsystem of the service sector has become an important branch of the national and regional economies in many parts of the world, its growth rate, as a rule, are advancing in relation to the services sector and the national economy as a whole character.

Together development of tourism rises connection between tourism and the economy of the region. On the one hand, the region serves acts as a comprehensive resource target for sustainable operation and development of

tourism, on the other - tourism, being multiplier effect, is able to create the preconditions for economic recovery in the region by addressing its social and economic problems. At the same time, the historical approach to sustainable tourism development in the regions do not consider tourism as an integrated large open system that not only allows you to solve all complex problems of development of tourism, but also able to generate negative tendencies that lead to instability of both the tourism and the region as a whole.
Keywords: *the formation of the state, state support, support mechanism, operating conditions, small business, management, tourism industry.*

Актуальность темы исследования и постановка проблемы. Понимание роли малого предпринимательства в экономике страны требует четкого представления о том, каковы его отличительные черты. Как мы знаем, частные предприятия делятся на крупные, средние и малые. Крупный бизнес определяет экономическую и техническую мощь страны.

Средний бизнес в большей мере зависит от внутренней экономики, который имеет конкуренцию как внутри своей группы, так и с крупным отечественным и зарубежным капиталом. Малый бизнес имеет многочисленный слой мелких собственников, которые в силу своей массовости в значительной мере определяет социально-экономический и политический уровень развития страны.

Сектор малого бизнеса ориентирован на внутренние рынки, представляет собой разветвленную сеть предприятий, непосредственно связанных с массовым потреблением товаров и услуг. Нуждаясь в активной государственной поддержке для защиты своих прав и интересов, малый бизнес быстро реагирует на конъюнктуру рынка, оказывая влияние на инновационный потенциал экономики страны.

Цель исследования: разработка предложений по совершенствованию и формированию механизма государственной поддержки малого предпринимательства в туристической отрасли.

Основные результаты исследования. В современных условиях развития мировой экономики туристическая отрасль является одной из ведущих и активно развивающихся.

Государственное содействие развитию малого бизнеса включает в себя предоставление режима наибольшего способствования, создание государственными исполнительными органами правовых и экономических условий для его дальнейшего успешного развития, в том числе путем предоставления материальных и финансовых ресурсов на льготных условиях. Государственное регулирование деятельности малого предпринимательства основывается на применении специального законодательства, системы целевых программ финансовой, технологической, информационной и кадровой поддержки [2].

Анализ мирового опыта стран, определивших туристическую отрасль как приоритетное направление экономики, показал наиболее эффективные меры государственной поддержки.

Так, в Королевстве Марокко, по утвержденному статусу туристической отрасли как стратегического сектора, разработали план развития, который координировал оператор по инвестированию в инфраструктуру туристической отрасли, основанный на базе нескольких государственных предприятий (SMIT).

В Малайзии, Арабской Республике Египет и Турецкой Республике разработали стратегию развития туристической отрасли путем предоставления налоговых льгот (освобождение от налога на прибыль или льготы при реинвестировании в расширение и модернизацию объектов туристической отрасли; полное освобождение от импортных пошлин, а также льготы по долгосрочному кредитованию); инвесторы получили гарантии со стороны государства в отношении прав собственности на земельные участки [5].

В Мексиканских Соединенных Штатах создали Национальный фонд развития туристической отрасли (на базе слияния двух фондов INFRATUR и FOGATUR), задачей которого было поиск частных инвестиций, градостроительное и региональное планирование; а также вопросы, касающиеся земельных отношений и рынка недвижимости.

В Объединенных Арабских Эмиратах правительство выделило в виде грантов 3 млрд. долларов США, на основе чего компании привлекали значительные заемные средства за рубежом (пример искусственный остров Саадият) [6].

Таким образом, мировой опыт показывает, что координационная, регулирующая, правовая, социально-экономическая роль государства в обеспечении развития туристической отрасли является основой успеха.

Проанализировав успешный опыт стран, развитых в туристической отрасли, предлагаются следующие варианты государственной поддержки предприятий, а именно:

- предоставить льготы в инвестиционных проектах со стороны государства;
- снизить налоговую нагрузку для предприятий, которые будут развивать туристическую отрасль;
- предоставить существенные льготы по кредитованию;
- предоставить гарантии государства не только в отношении прав собственности на земельные участки, но также гарантировать переход в частную собственность государственного имущества (т.е. приватизация), взятого частным инвестором в целях реинвестирования;
- создать фонд, в котором будут представители государственных исполнительных органов, а также представители частных компаний, функция которых будет мониторинг ценовой политики туристической отрасли, а также выявление нарушений среди предприятий, связанных с туристической отраслью [4].

В России малый бизнес регулируется Федеральным законом от 24.07.2007г. N 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014), в котором определены направления государственной поддержки малого и среднего бизнеса. А именно:

- финансовая поддержка путем выделения средств из бюджетов различных уровней;
- имущественная поддержка через передачу во владение или пользование земельных участков, зданий, сооружений, оборудования транспортных средств;
- информационная поддержка предусматривает разработку специальных информационных систем;
- консультационная поддержка осуществляется специальными консультационными организациями;
- поддержка в области подготовки и повышения квалификации работников;
- поддержка в области инноваций;
- поддержка объектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность [3].

Выводы. Таким образом, результаты исследования подтверждают тот факт, что в Российской Федерации, в которой преобладает государственный сектор в экономике, правительство начинает активно использовать механизмы государственной поддержки малого предпринимательства в туризме, а именно: финансовое обеспечение, льготное налогообложение, финансирование в рамках Государственных программ, предоставление государственных гарантий под инвестиционные проекты, выделение различных грантов и др.

Для разработки антикризисных региональных программ предложено привлекать региональные научные и муниципальные структуры, центры занятости.

1. На базе федеральных научных центров могут создаваться центры развития туристической отрасли.
2. Региональные центры занятости в план переподготовки незанятого населения могут включать программы по развитию индивидуального предпринимательства в туристической отрасли.
3. Муниципальные органы власти могут интегрировать данные структуры в туристическую отрасль региона, создавая «города мастеров» или центры сувенирной продукции, на конкурсной основе выбирая наиболее перспективные направления.
4. Не менее важна государственная поддержка в информационной составляющей туристической отрасли при создании региональных карт туристических маршрутов, природных архитектурных и культурных объектов, широкой сети указателей, сайтов и прочих элементов информирования.

И это только малая часть направлений, которые могут в значительной мере повлиять на развитие туристического потенциала региона, при развитии которых важна государственная поддержка.

Таким образом, государственная поддержка является основополагающим механизмом в регулировании малого предпринимательства в туристической отрасли со стороны государства.

Источники и литература:

1. Закон от 24.07.2007 г. N 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014)
2. Глебова И. С., Садыртдинов Р. Р. Государственное регулирование малого и среднего предпринимательства / И. С. Глебова, Р. Р. Садыртдинов // : Учебное пособие. – Казань : Казанский государственный университет им. В. И. Ульянова-Ленина. – 2008.
3. Жукова И. А., Савчишкина Е. П. Методические рекомендации по оценке эффективности государственной поддержки малого бизнеса (на примере г. Шахты Ростовской области) // Современные технологии управления, 2012. - №12 (24). - № рег. статьи 0421200170/. – Режим доступа : http://sovman.ru (дата обращения 16.07.2014).
4. Забаева М. Н. Государственное регулирование туризма в России и за рубежом : модели, принципы и методы // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – №2.
5. Кострюкова О. Н. Актуальные проблемы развития туризма в Российской федерации в контексте модернизации экономики // Вестн. ИНЖЭКОНа. Сер. Экономика. – 2011. – № 3. – С. 247–251. Шифр РНБ: П23/5779.
6. Малое и среднее предпринимательство : [электронный ресурс]. 2003 – 2009. Режим доступа : http://bibliofond.ru (дата обращения 15.07.2014).
7. Харламова Н. М. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ // Материалы V Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» режим доступа : www.scienceforum.ru (дата обращения : 25.09.2014)
8. Чистякова О. В. Современные аспекты государственной поддержки малого и среднего предпринимательства / О. В. Чистякова // Известия ИГЭА. – 2013. – № 4. – С. 65 – 69.
9. Юц А. Ю. Механизм государственной поддержки малого предпринимательства в туризме // Российское предпринимательство. – 2010. – № 11. Вып. 2 (171). – С. 118 – 124. Режим доступа : http://www.creativeconomy.ru (дата обращения:16.07.2014).