

УДК 352.477

Е. В. Юдина

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Москва,
e-mail: itbrmat@mail.ru

Л. А. Пониматкина

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Москва,
e-mail: LAPonimatkina@fa.ru

И. Г. Шадская

ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Москва,
e-mail: ishadskaya@mail.ru

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИЗМЕ

Ключевые слова: государство, влияние, развитие, малое предпринимательство, туризм, финансы, собственность, управление, маркетинг, конкурентоспособность.

В статье показано государственное влияние на развитие малого предпринимательства в туризме. Установлено, что развитие малого туристского предпринимательства зависит в значительной мере от наличия таких форм его развития, как технопарки и, особенно, бизнес-инкубаторы. Последние должны создаваться при крупных научных центрах, университетах, НИИ. Определено, что ограничивающим фактором развития малого туристского предпринимательства является недостаточность государственных финансовых ресурсов. Доказано, что концепция туристского предпринимательства основывается на главных принципах: предпринимательство предполагает реализацию новых комбинаций факторов сервисной деятельности; предпринимательство является функцией сервисной среды, которая определяет его возможности, типы, мотивации. Установлено, что туристские предприятия, организации, учреждения любой формы собственности должны в своей деятельности проявлять инициативу, осуществлять инвестиционную и инновационную деятельность, рисковать, совершенствовать управление, маркетинг, получать прибыль – все, что обеспечивает конкурентоспособность туристского предприятия на рынке. Выяснено, что степень осуществления каждой из этих функций варьирует в зависимости не столько от формы собственности, сколько от конкретных условий деятельности, законодательно-нормативной базы, опыта и квалификации руководителей. Предложено не только изменить контроль за выполнением программ развития туризма, уменьшить их количество, но и создать соответствующие административно-организационные формы обеспечения их реализации.

E. V. Yudina

Russian State University of Tourism and Service, Moscow, e-mail: itbrmat@mail.ru

L. A. Ponimatkina

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: LAPonimatkina@fa.ru

I. G. Shadskaya

Russian State Social University, Moscow, e-mail: ishadskaya@mail.ru

GOVERNMENT INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN TOURISM

Keywords: government, influence, development, small business, tourism, finance, property, management, marketing, competitiveness.

The article shows the state influence on the development of small business in tourism. It has been established that the development of small tourism entrepreneurship depends largely on the availability of such forms of its development as technoparks and, especially, business incubators. The latter should be created at large scientific centers, universities, and research institutes. It is determined that the limiting factor in the development of small tourism entrepreneurship is the lack of state financial resources. It is proved that the concept of tourism entrepreneurship is based on the main principles: entrepreneurship involves the implementation of new combinations of factors of service activity; entrepreneurship is a function of the service environment, which

determines its capabilities, types, motivations. It has been established that tourist enterprises, organizations, institutions of any form of ownership should take the initiative in their activities, carry out investment and innovation activities, take risks, improve management, marketing, make a profit – everything that ensures the competitiveness of a tourist enterprise in the market. It was found out that the degree of implementation of each of these functions varies depending not so much on the form of ownership, but on the specific conditions of activity, legislative and regulatory framework, experience and qualifications of managers. It is proposed not only to change the control over the implementation of tourism development programs, reduce their number, but also to create appropriate administrative and organizational forms to ensure their implementation.

Введение

Развитие сервисной деятельности, углубление отраслевого и территориального разделения труда привели к тому, что малое предпринимательство в туризме превратилось в однопорядочное звено туристской деятельности. В Российской Федерации из-за разных обстоятельств этот процесс задержался по сравнению с другими экономически развитыми странами мира. При этом научная теория и практическая деятельность государства долгое время ориентировались исключительно на крупные туристские проекты, формы организации всех видов туристской деятельности. В то же время новые тенденции в эволюции малого туристского предпринимательства были замечены и оценены с опозданием.

В настоящее время в системе структурной перестройки малое предпринимательство в туризме уже занимает одно из существенных мест. За последний период количество малых туристских предприятий в стране выросло более, чем в 5 раз. При этом недостаточное развитие малого предпринимательства в туризме обуславливается несовершенством соответствующей законодательно-нормативной базы, низким уровнем профессиональной подготовки кадров для малого предпринимательства в туризме, ошибками в государственной туристской политике.

Различным проблемам туристского предпринимательства посвящены труды М.В. Валицкой [2], С.К. Волкова [3], К.П. Дашяна [4], И.Ф. Жуковской [5], Д.И. Попова [10], Е.О. Таппасхановой [11], Т.В. Ухиной [12], Е.А. Эминовой [14], Н.В. Яковенко [15] и др. При этом проблемы оценки государственного влияния на развитие малого предпринимательства в туризме еще изучены недостаточно.

Целью статьи является разработка теоретико-методологических аспектов эволюции предпринимательства в туризме, научное решение практических задач его государственного регулирования.

Материал и методы исследования

Методологической основой статьи выступали положения устойчивого развития, финансовой теории, а также разработки ученых в рамках развития малого туристского предпринимательства, национальный опыт регулирования туристской политики. Также были использованы такие методы: монографический – в рамках теоретического обобщения научных исследований предпринимательства; сравнительный анализ – при сопоставлении фактических данных развития туристского предпринимательства; системно-структурный анализ – для определения особенностей туристского предпринимательства.

Результаты исследования и их обсуждение

Несмотря на то, что туристское предпринимательство как признанный способ хозяйствования уже имеет свою историю, среди ученых и специалистов пока еще имеется дуалистический взгляд на грани его распространения [1, 7, 16]. Одни рассматривают предпринимательство как вид деятельности, присущий лишь частным формам собственности. Другие считают, что предпринимательство – это общий способ ведения хозяйства, который, имея различные формы проявления, существует в любом обществе и присущ любой форме собственности.

Концепция туристского предпринимательства основывается на главных принципах: предпринимательство предполагает реализацию новых комбинаций факторов сервисной деятельности; предпринимательство является функцией сервисной среды, которая определяет его возможности, типы, мотивации. В то же время статус собственника не выступает определяющим признаком туристского предпринимательства. Однако среди отечественных специалистов достаточно распространено мнение о том, что частная собственность – обязательное условие туристского предпринимательства.

Практика показала, что туристские предприятия, организации, учреждения любой формы собственности должны в своей деятельности проявлять инициативу, осуществлять инвестиционную и инновационную деятельность, рисковать, совершенствовать управление, маркетинг, получать прибыль – все, что обеспечивает конкурентоспособность туристского предприятия на рынке. Естественно, что степень осуществления каждой из этих функций варьирует в зависимости не столько от формы собственности (хотя и это имеет место), сколько от конкретных условий деятельности, законодательно-нормативной базы, опыта и квалификации руководителей и тому подобное.

Условия эти постоянно меняются. Вместе с ними меняется и степень использования методов предпринимательской деятельности. Однако предпринимательство ярче всего подчеркивает свои специфические черты именно в условиях частной собственности. Некоторые авторы [6, 8, 9, 13] отрицали необходимость и целесообразность вмешательства государства в политику предпринимательской деятельности в туризме.

Однако время опровергло эту догму. В любой экономически развитой стране мира государство уделяет большое внимание поддержке туристского предпринимательства. Особенно необходима такая поддержка в странах с переходной экономикой. Назначение предпринимателя, говоря обобщенно, состоит в том, чтобы реорганизовать экономическую жизнь на основе собственной инициативы. Его деятельностью решаются коллизии экономической системы между неизменными процессами и постоянными изменениями в туризме, между статикой и динамикой, между традиционным и нетрадиционным экономическим обращением.

Государство должно способствовать формированию в туризме уважительного отношения к предпринимателю. Ведь ему – носителю разнообразного рода новшеств – приходится преодолевать отсталость, традиционность воображения, мышления и действий, а следовательно, сопротивление социальной среды, причем в условиях, когда его действия неизбежно сочетаются с риском.

Анализ мирового опыта свидетельствует, что практически во всех развитых странах государство активно участвует в форми-

ровании и развитии предпринимательской деятельности в туризме, поддержке наиболее целесообразных и эффективных ее направлений. Даже в тех странах, где сложились традиции частного предпринимательства, малый бизнес нуждается в подобной поддержке. Основным и первым шагом поддержки туристского предпринимательства должна быть система соответствующих законов, иных подзаконных нормативных актов государства.

При этом особым сектором предпринимательства является малое предпринимательство в туризме. В то же время показатели размеров туристских предприятий должны быть дифференцированы в зависимости от специфических особенностей отрасли и пересматриваться, через определенные отрезки времени – ориентировочно через 10-15 лет. Именно за этот период происходят существенные изменения в технологии и организации сервисной деятельности.

Учитывая значительную инерционность некогда усвоенных нашим обществом положений, необходимо быстрее всего уточнить его в соответствии с современными тенденциями развития индустрии туризма. При этом концентрация сервисной деятельности в туризме означает его сосредоточение на туристских предприятиях оптимального размера. В современных условиях оптимальными могут быть как крупные, так и малые туристские предприятия. Это положение имеет не только научно-методологическое значение, а должно восприниматься обществом, органами власти, как теоретическая база для развития малых туристских предприятий, малого предпринимательства с целью скорейшего решения экономических и социальных проблем.

Новые тенденции в организации сервисной деятельности требуют соответствующего реагирования со стороны, как центральной власти, так и местных властей. Речь идет о необходимости создания по инициативе, прежде всего, местных властей бизнес-инкубаторов и технопарков. Опыт зарубежных стран свидетельствует, что последние являются необходимым условием ускоренного развития малого туристского предпринимательства.

Учитывая, что любой вопрос дальнейшего развития малого туристского предпринимательства в Российской Федерации и в каждом из ее регионов ограничивается наличием финансовых ресурсов, зна-

чительное внимание должно уделяться именно решению проблемы формирования дополнительных финансовых источников для этого сектора экономики, особенно привлечения нетрадиционных источников финансирования: собственных сбережений населения и создания взаимных фондов кредитования.

Практика показала, что население определенную долю собственных средств, использует для финансирования предпринимательства в тех отраслях экономики, которые отмечаются быстрым оборотом капитала и сравнительно невысокой стоимостью рабочего места. Что касается малого предпринимательства в туризме, то рядовой гражданин не способен по своему собственному финансово-материальному положению принять участие в инвестировании и обновлении фондов. Учитывая это обстоятельство, мы предлагаем создание в стране и в каждом из ее регионов взаимных фондов кредитования малого туристского предпринимательства. Данная практика уже много лет широко используется в других экономически развитых странах. Взаимные кредитные союзы Канады, США, Австралии и других государств имеют фонды, размеры которых превышают значительные суммы.

Выводы

Подводя итоги можно отметить, что развитие малого туристского предпринимательства зависит сегодня в значительной мере от наличия таких форм его развития, как технопарки и, особенно, бизнес-инкубаторы. Последние должны создаваться при крупных научных центрах, университетах, НИИ. В Российской Федерации пока нет рационально построенных бизнес-инкубаторов, а нужны они в каждом регионе. В то же время ограничивающим фактором развития малого туристского предпринимательства является недостаточность государственных финансовых ресурсов.

При этом нетрадиционным для Российской Федерации их источником являются собственные средства населения. Необходимо повышать доверие населения к государству, особенно в финансовых отношениях между ними, изменить акценты в государственной политике поддержки малых туристских предприятий в сторону стимулирования крупных туроператоров в создании дочерних структур. Это выгодно государству, крупным и малым туристским предприятиям. Первые освобождаются от обременительной непрофильной для них сервисной деятельности, а вторые имеют гарантированный рынок сбыта.

Библиографический список

1. Агамирова Е.В., Кожина В.О., Лебедев К.А., Лебедева О.Е. Совершенствование подходов к реструктуризации предприятий в современных условиях // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12-4 (77). С. 353-356.
2. Валицкая М.В. Роль и развитие малого предпринимательства в индустрии туризма в России в период пандемии // Студенческий. 2021. № 41-4 (169). С. 61-63.
3. Волков С.К. Место и роль туристической сферы в структуре региональной экономики Волгоградской области // Вестник Национальной академии туризма. 2016. № 4 (40). С. 67-70.
4. Дашян К.П. Национальные проекты как инструмент поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства сферы туризма // Вестник Академии знаний. 2022. № 53 (6). С. 84-88.
5. Жуковская И.Ф. Роль малых и средних предприятий России в развитии индустрии туризма и гостеприимства в постковидный период // Modern Economy Success. 2023. № 3. С. 35-40.
6. Зонова А.В., Ливанова Р.В. Целевая государственная помощь сельскохозяйственным организациям по страхованию урожая сельскохозяйственных культур // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2009. № 2. С. 50-52.
7. Лебедева О.Е. Развитие маркетинговой инфраструктуры на рынке молокопродукции // Проблемы и перспективы развития предпринимательства: Сборник материалов IV международной научно-практической конференции. 2010. С. 86-87.
8. Ливанова Р.В., Бачаева А.Х. Основные аспекты о внедрении электронного документооборота в организации // Перспективные направления научных исследований: Сборник статей по материалам V ежегодной научно-практической конференции. 2019. С. 88-93.

9. Магюнина О.Е., Завалько Н.А., Кожина В.О., Соколов А.А., Лебедева О.Е. Развитие финансовой инфраструктуры в системе государственного регулирования цифровой экономики // Экономика и предпринимательство. 2018. № 12 (101). С. 26-29.
10. Попов Д.И., Зиневич О.В. Перспективы развития малого предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в РФ // Актуальные вопросы современной экономики. 2023. № 7. С. 430-434.
11. Гаппасханова Е.О., Лигидов Р.М., Токмакова Р.А. Развитие молодежного инновационного предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства региона: экономико-правовой аспект // Экономика и предпринимательство. 2015. № 1 (54). С. 461-468.
12. Ухина Т.В., Троицкая Н.Г., Подсевалова Е.Н., Зикирова Ш.С., Лебедева О.Е. Совершенствование управления персоналом в туристской индустрии // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12-4 (89). С. 1194-1197.
13. Хоружий Л.И., Каратаева О.Г., Шитикова А.В., Манохина А.А. и др. Организация агробизнеса. Цифровая трансформация. М.: Ай Пи Ар Медиа, 2022. 189 с.
14. Эминова Е.А. Малое предпринимательство как основа интеграции капитала в туризм // Региональная экономика: теория и практика. 2009. № 25. С. 60-64.
15. Яковенко Н.В. Малое предпринимательство как фактор развития туристской дестинации в депрессивном регионе (Ивановская область) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10, № 1. С. 120-127.
16. Rudenko L., Goryachikh S., Bykova O., Livanova R.V., Lapteva S. Mechanism providing information infrastructure support of sustainable development of small business in the region // IV International Scientific and Practical Conference 'Anthropogenic Transformation of Geospace: Nature, Economy, Society' (ATG 2019). 2020. P. 249-252.