

УДК 334.75

*Л. А. Пониматкина*

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

*Д. Ю. Ермилова*

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Москва,  
e-mail: d.ermilova@gmail.com

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРУПНОГО БИЗНЕСА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

**Ключевые слова:** развитие, крупный бизнес, индустрия туризма, предприятие, сервис, политика, государство, предпринимательство, бюджет, налоги.

В статье рассмотрены перспективы развития крупного бизнеса в индустрии туризма. Установлено, что свою негибкость, как основной недостаток, крупные туристские предприятия могут компенсировать через сотрудничество с малыми и средними предприятиями. При этом к основным факторам, которые препятствуют нормальному сотрудничеству крупного и малого туристского бизнеса, можно отнести отсутствие необходимой нормативной базы, нехватку высококвалифицированных кадров, отсутствие действенного контроля со стороны руководителей крупных туристских предприятий за деятельностью дочерних малых туристских предприятий, значительные просчеты в государственной политике. Необходимость государственной поддержки развития крупного туристского предпринимательства проявляется в льготном налогообложении и кредитовании крупных стратегических туристских предприятий, правительственной поддержке приоритетных инновационных туристских предприятий, применении системы контрактных отношений, развитии смешанной формы предпринимательства. Доказано, что для развития крупного туристского бизнеса необходимо совершенствовать механизмы государственного регулирования крупных туристских предприятий, предоставив им своевременную и эффективную поддержку в виде налоговых льгот, кредитов, бюджетных ассигнований. Установлено, что эффективность туристской экономики определяется, прежде всего, степенью развития крупного предпринимательства, которое является основным объектом сервисной политики государства, основным ее представителем на внешних рынках.

*L. A. Ponimatkina*

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

*D. Yu. Ermilova*

Russian State University of Tourism and Service, Moscow,  
e-mail: d.ermilova@gmail.com

## **PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF LARGE BUSINESS IN THE TOURISM INDUSTRY**

**Keywords:** development, big business, tourism industry, enterprise, service, politics, government, entrepreneurship, budget, taxes.

The article discusses the prospects for the development of large business in the tourism industry. It has been established that large tourism enterprises can compensate for their inflexibility as the main drawback through cooperation with small and medium-sized enterprises. At the same time, the main factors that hinder the normal cooperation of large and small tourism businesses include the lack of the necessary regulatory framework, the lack of highly qualified personnel, the lack of effective control by the heads of large tourism enterprises over the activities of subsidiaries of small tourism enterprises, significant miscalculations in government policy. The need for state support for the development of large-scale tourism entrepreneurship is manifested in preferential taxation and lending to large strategic tourism enterprises, government support for priority innovative tourism enterprises, the application of a system of contractual relations, and the development of a mixed form of entrepreneurship. It is proved that in order to develop a large tourism business, it is necessary to improve the mechanisms of state regulation of large tourism enterprises, providing them with timely and effective support in the form of tax incentives, loans, and budget allocations. It is established that the effectiveness of the tourist economy is determined primarily by the degree of development of large-scale entrepreneurship, which is the main object of the state's service policy, its main representative in foreign markets.

### Введение

Для построения устойчивой индустрии туризма необходимо конкурентоспособное крупное предпринимательство, которое будет своеобразной визитной карточкой страны. Именно субъекты крупного туристского предпринимательства отстаивают его экономические интересы и позиции, способствуют ускорению интеграционных экономических процессов и притоку иностранных капиталов в индустрию туризма. Кроме того, крупные предпринимательские структуры в туризме при условии их поддержки государством защищают ключевые направления индустрии туризма от вредного влияния иностранного капитала.

Крупное туристское предпринимательство практически еще не стало объектом системного теоретического анализа и законодательного регулирования. Таким объектом сейчас, по большей части, являются те или иные организационно-правовые формы, аспекты функционирования крупных туристских предприятий (взаимоотношения между собственниками и менеджментом, концентрация рыночных рычагов власти, социальная ответственность и др.), а также разновидности крупного туристского предпринимательства.

Веская причина отсутствия системного исследования крупного туристского предпринимательства заключается в том, что экономисты недооценивали роль крупного туристского бизнеса и отождествляли любые его проявления с монополией, которая подвергалась жесткой критике. При этом различным проблемам крупного бизнеса в туризме посвящены работы Е.А. Джанджуговой [2], В.Ю. Карпенко [4], А.А. Касимовой [5], В.А. Семиглазовой [10], Д.А. Ситкевича [11], Т.В. Ухиной [12], М.С. Филатовой [13], Л.П. Шматько [15] и др. При этом перспективы развития крупного бизнеса в индустрии туризма исследованы недостаточно.

**Целью исследования** является обоснование перспектив развития крупного бизнеса в индустрии туризма в современных условиях.

### Материалы и методы исследования

Достоверность и обоснованность исследования обеспечило использование: методов анализа и синтеза (при изучении зарубежного опыта развития крупных туристских

предприятий; при анализе государственного регулирования крупных туристских предприятий), методов индукции и дедукции (при выяснении критериев и функций крупных туристских предприятий; при исследовании условий формирования и развития крупного туристского предпринимательства в рыночной экономике), исторического метода (при исследованиях эволюции экономических взглядов представителей разных школ на крупное туристское предпринимательство), методов сравнительного и статистического анализа и др. Информационную основу исследования составляют законодательные и нормативно-правовые акты, материалы Федеральной службы государственной статистики, периодические издания, интернет.

### Результаты исследования и их обсуждение

В Российской Федерации условия формирования крупного туристского предпринимательства являются сложными, часто неблагоприятными и противоречивыми из-за ряда существенных проблем, требующих своего решения. Детальному анализу и изучению крупного туристского предпринимательства препятствует, прежде всего, отсутствие четко определенных теоретико-методологических аспектов его функционирования. Решение этой проблемы требует четкого определения экономической сущности и функций крупного предпринимательства, уточнения количественных и качественных характеристик крупных туристских предприятий.

Актуальной является проблема формирования и развития перспективных форм крупного туристского предпринимательства, совершенствования нормативной базы, разработки программы государственной поддержки крупного туристского предпринимательства. Исследование этих вопросов позволяет выявить закономерности функционирования крупного туристского предпринимательства вообще и внести практические рекомендации по развитию крупных туристских предприятий, учитывая специфические условия их формирования.

В то же время понятия «крупное туристское предпринимательство» и «крупный туристский бизнес» являются по сути одинаковыми. На основе проработанной литературы [1, 6, 16] нами сформулирова-

но несколько рабочих определений понятия «крупное туристское предпринимательство», которые позволили в конечном счете охарактеризовать его как рискованную инновационную деятельность туристских предприятий, занимающих значительную долю на внутреннем и на внешнем рынках, имеющих сложную организационную и управленческую структуру, эффективность которой определяет экономическую мощь индустрии туризма.

При этом в отечественной и мировой практике не существует четких критериев для определения крупного туристского предпринимательства, поэтому нами определены основные количественные и качественные критерии крупных туристских предприятий, установление которых сыграло важную роль при дальнейшем выборе субъектов для исследования крупного туристского предпринимательства [3, 8, 14].

Для индустрии туризма характерным является поступательный эволюционный путь развития крупного предпринимательства и его организационно-правовых форм, которые сменяли друг друга, приспосабливаясь к конкретным историческим условиям. В то же время административно-командная система характеризовалась такими негативными моментами как централизованное планирование, использование преимущественно экстенсивных способов хозяйствования, административные методы управления, административное ценообразование и др.

Негативные стороны функционирования командной экономики тормозили развитие крупного туристского предпринимательства и препятствовали созданию здорового рынка крупных туристских предприятий. При этом можно сформулировать различия между условиями деятельности крупных туристских предприятий в рыночной и административно-командной системах. Такой детальный анализ особенностей деятельности крупного туристского предприятия рыночной и административно-командной экономики позволил нам выделить признаки переходной экономики, которые устраняют негативные последствия развития крупных туристских предприятий в условиях командной экономики и создают перспективы для их дальнейшего развития.

Этими признаками являются: демонополизация (способствует созданию конкурентной среды и жизнеспособного турист-

ского рынка с оптимальным соотношением частной и государственной собственности), разгосударствление и крупная приватизация (способ поиска реального собственника, создает определенные предпосылки для взаимодействия крупных и малых предприятий) и др.

Практика показала, что эффективность туристской экономики определяется, прежде всего, степенью развития крупного предпринимательства, которое является основным объектом сервисной политики государства, основным ее представителем на внешних рынках. При этом главными факторами формирования и развития крупного туристского предпринимательства являются: искаженный непоследовательный процесс приватизации; высокая инфляция; неблагоприятный инвестиционный климат; несовершенство законодательной базы для сотрудничества крупного и малого туристского бизнеса; отсутствие целостного механизма государственного регулирования и поддержки крупного туристского предпринимательства; чрезмерная налоговая нагрузка и отсутствие необходимых налоговых льгот для крупных туристских предприятий.

Для активизации процесса нами предложено принять следующие меры: подготовить соответствующие проекты нормативных и законодательных актов и внести изменения в действующее отечественное законодательство относительно крупного туристского предпринимательства; способствовать укреплению банковской системы, которая играет ведущую роль в формировании и развитии крупного туристского бизнеса; оказать государственную поддержку в виде налоговых льгот, государственных гарантий, государственных заказов; упростить механизмы организации крупных туристских бизнес-структур; обеспечить надлежащую правовую защиту иностранным инвесторам, которые заинтересованы в долгосрочном инвестировании и др.

Основными чертами развития крупного туристского предпринимательства являются: снижение уровня монополизированности индустрии туризма; снижение уровня эффективности крупных туристских предприятий государственной формы собственности; обострение проблемы управления корпоративной собственностью; положительные сдвиги в отечественном законо-

дательстве, касающиеся крупных туристских предприятий.

В то же время более практическое применение имеют административные методы регулирования (лицензирование, нормирование, запреты, разрешения, штрафы, принуждения) [7, 9]. Экономические методы регулирования, которые являются определяющими в условиях рыночной экономики, не используются должным образом из-за отсутствия необходимой для них институциональной среды.

### Заключение

Подводя итоги можно отметить, что свою негибкость, как основной недостаток, крупные туристские предприятия могут компенсировать через сотрудничество с малыми и средними предприятиями. При этом к основным факторам, которые препятствуют нормальному сотрудничеству крупного и малого туристского бизнеса, можно отнести: отсутствие необходимой нормативной базы; нехватку высококвалифицированных кадров, которые способ-

ны эффективно управлять в новых условиях; отсутствие действенного контроля со стороны руководителей крупных туристских предприятий за деятельностью дочерних малых туристских предприятий; значительные просчеты в государственной политике.

Необходимость государственной поддержки развития крупного туристского предпринимательства проявляется в льготном налогообложении и кредитовании крупных стратегических туристских предприятий, правительственной поддержке приоритетных инновационных туристских предприятий, применении системы контрактных отношений, развитию смешанной формы предпринимательства. В то же время, используя зарубежный опыт и учитывая специфику отечественной индустрии туризма, необходимо: совершенствовать механизмы государственного регулирования крупных туристских предприятий, предоставив им своевременную и эффективную поддержку в виде налоговых льгот, кредитов, бюджетных ассигнований.

### 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. Джанджугазова Е.А. Развитие туризма и гостеприимства: временная остановка или новый путь? // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2021. Т. 7, № 1. С. 15-22.
3. 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.
4. Карпенко В.Ю., Джум Т.А., Барашкина Е.В., Сазонова А.С. Туристский потенциал региона и маркетинговые инструменты его реализации // Экономика устойчивого развития. 2023. № 4 (56). С. 107-111.
5. Касимова А.А., Амирова М.М. Разработка механизма поддержки предпринимательства и стимулирование роста туристического бизнеса в регионе // Экономика и предпринимательство. 2022. № 3 (140). С. 504-508.
6. Кокоева Е.М., Иванов А.Д., Румянцев М.О. Обзор условий оптимизации развития туризма в Иркутской области // Вестник науки. 2023. Т. 4, № 12 (69). С. 139-144.
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. Семиглазова В.А., Сидоренко Е.Н. Государственно-частное партнерство как основа развития сельского туризма в РФ: проблемы и перспективы // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2023. Т. 12, № 1 (42). С. 114-120.
11. Ситкевич Д.А., Коротков А.С. Факторы географической концентрации туристической индустрии: опыт Северо-Восточного Кавказа // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2023. Т. 14, № 2. С. 262-276.
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. Филатова М.С. Культурно-когнитивный туризм в развитии сегментарного туркластера // Форум. 2021. № 2 (22). С. 280-284.
14. 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.
15. Шматько Л.П. Тенденции развития мировой и отечественной индустрии туризма и гостеприимства в рискованных условиях неопределенности внешней среды // Modern Economy Success. 2023. № 6. С. 328-335.
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.