

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ТУРИЗМЕ

MODERN PROBLEMS OF ENTREPRENEURSHIP MANAGEMENT IN TOURISM

В статье рассматриваются вопросы регулирования предпринимательской деятельности в туризме, обсуждаются причины финансовой несостоятельности туристских компаний, демпингование на рынке туризма, вопросы регулирования финансовой ответственности туроператоров.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность в туризме, финансовое обеспечение, демпинг в туризме, регулирование предпринимательской деятельности.

The article deals with the regulation of business activities in tourism. The reasons of financial insolvency of tourist companies, dumping in tourism market, regulation of financial responsibility of tour operators are considered.

Keywords: entrepreneurship in tourism, financial support, dumping in tourism, business regulation.

Развитие российского туристского рынка сопровождается множеством проблем, которые негативно сказываются как на имидже туризма в целом, так и на имидже страны как туристской дестинации. Прежде всего, это связано с громкими банкротствами крупных национальных туроператоров «Капитал Тур» и «Ланта Тур Вояж», а также с чередой банкротств более мелких турфирм, в частности «Пегасус» (январь, 2011 год), «DEO-Travel» (июнь, 2011 г.), «Лужники Тревел», «Скайтур», «Альфа Вояж», «Клуб путешественников» (август, 2011 г.), «Аврора Интур» и «МХП» (декабрь, 2011 г.), сеть турагентств «Global Club» (сентябрь, 2012 г.) [2; 3]. Рыночная экономика предоставляет большие возможности для развития предпринимательства в туризме.

Рыночные свободы субъектов туристского рынка проявляются в том, что существует свобода производителя выбирать любые виды и формы законной предпринимательской деятельности в туризме и осуществлять эту деятельность в рамках существующего правового поля. В рыночной экономике свобода потребительского выбора считается первичной, а свобода предпринимателя – вторичной, т.к. она определяется потребителем выбором туриста. Свобода потребителей (туристов) проявляется в удовлетворении

туристских потребностей в пределах своих экономических возможностей там и тогда, где и когда они считают это необходимым и возможным в соответствии со сложившейся ситуацией.

В соответствии с законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» государство выполняет функции регулятора туристской деятельности, при этом основными целями государственного регулирования туристской деятельности являются:

- обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;

- охрана окружающей среды;

- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;

- развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан Российской Федерации;

- развитие международных контактов;

- сохранение объектов туристского показа;

- рациональное использование природного и культурного наследия и др.

Основными путями реализации государственного регулирования в сфере туризма являются:

- определение приоритетных направлений развития туризма в Российской Федерации;

¹ Доктор экономических наук, декан факультета бизнес-технологий в туризме НОУ ВПО «Российский новый университет».

- обеспечение нормативного правового регулирования в сфере туризма;
- разработка и реализация федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития туризма;
- содействие в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
- защита прав и интересов туристов, обеспечение их безопасности;
- содействие кадровому обеспечению в сфере туризма;
- развитие научных исследований в сфере туризма;
- стандартизация и классификация объектов туристской индустрии;
- формирование и ведение единого федерального реестра туроператоров;
- информационное обеспечение туризма;
- создание благоприятных условий для развития туристской индустрии;
- оказание государственных услуг в сфере туризма;
- взаимодействие с иностранными государствами и международными организациями в сфере туризма, в том числе через представительства федерального органа исполнительной власти в сфере туризма за пределами Российской Федерации.

Государство, являясь одним из регуляторов предпринимательской деятельности в туризме, формирует его институциональное обеспечение. Вовлечение государства в экономику туристского рынка достигается через механизм формирования государственной туристской политики, цель которой – усиление положительного эффекта от развития туристского рынка и минимизация нежелательных влияний механизмов туристского рынка на экономику отдельных туристских дестинаций, и на экономику страны в целом. Таким образом, государственная туристская политика необходима для решения основополагающих проблем развития предпринимательства в сфере туризма, в частности она обеспечивает:

- эффективное распределение ограниченных и редких туристских ресурсов;
- привлечение инвестиций в сферу туризма;
- обеспечение и поддержку устойчивого развития туризма;
- обеспечение качества предоставляемых туристских услуг путем разработки систем стандартизации качества и контроля за их соблюдением;
- обеспечение безопасности туристов;
- формирование благоприятных условий для

обеспечения въездного туристского потока, в том числе в части визовых формальностей и т.п.

В целях развития предпринимательской деятельности в сфере туризма государство заинтересовано в формировании конкурентной политики. Конкурентная политика – это последовательная система мер, направленных на создание, развитие, поддержание и защиту добросовестной и равной конкуренции на российских рынках [1]. Государственная конкурентная политика призвана способствовать развитию конкуренции на туристском рынке, стимулировать создание и развитие конкурентной среды и конкурентных механизмов в сфере туризма, обеспечивать равные конкурентные условия всем участникам туристского рынка.

Меры государственной конкурентной политики предусматривают:

- стимулирующие меры по созданию и развитию конкуренции (налоговые льготы, льготные условия кредитования, устранение административных барьеров и т.д.);
- ограничительные меры в рамках деятельности антимонопольного органа;
- меры по защите конкуренции (пресечение действий, нарушающих нормы законодательства о конкуренции).

В настоящее время одной из негативных черт конкурентной борьбы в туризме является ценовое демпингование, которое приводит к массе негативных последствий, вплоть до банкротства туристских компаний. Демпингование характерно как для туроператорского, так и для турагентского бизнеса. На рынке туроператоров демпингование обычно используется как механизм захвата большей доли рынка.

В течение последних лет по ряду направлений наблюдается переизбыток предложения, туроператоры неоправданно расширяют свою линейку предложений, не проводя необходимого экономического обоснования. В результате, для привлечения клиентов начинается продажа турпродукта с большими скидками, что приводит к общему снижению прибыли всех туроператоров. Для того чтобы сформировать положительный денежный поток и обеспечить достаточный уровень оборотного капитала, туроператоры прибегают к ранним продажам, предлагая клиентам существенные скидки. Если эти скидки экономически обоснованы и себестоимость турпродукта остается ниже цены, то такой подход представляется разумным и не лишает туроператора прибыли. Однако продолжительное предоставление скидок лишает туроператоров необходимой для безрискового ведения бизнеса нор-

мы прибыли и приводит к финансовой несостоятельности.

Снижение цен на туристский продукт, являясь благом для туриста, в конце концов приводит к тяжелым экономическим последствиям для туроператоров. Хроническое недополучение прибыли порождает острую нехватку оборотных средств туроператора, который вынужден прибегать к заемным средствам. В условиях быстрого роста компании возникает финансовый разрыв, который со временем только усугубляется. В случае задержки в получении кредитных ресурсов или прекращении кредитования туроператор неизбежно сталкивается с финансовым коллапсом и становится неплатежеспособным, что рано или поздно приводит к финансовой несостоятельности и банкротству. Экономическая ситуация, сложившаяся на данный момент на российском туристском рынке является достаточно неустойчивой и опасной, т.к. финансовая политика многих туроператоров представляется весьма уязвимой.

Введенное в 2007 году финансовое обеспечение туроператорской деятельности в полной мере не позволяет обеспечить комфортные условия для туристов в случае финансовой несостоятельности туроператора, т.к. в основном финансовое обеспечение реализуется в форме договора со страховой компаний и не может быть использовано для экстренной помощи туристам, оставшимся за рубежом. Кроме того, после привязки размера фингарантий к объемам туроператоров страховые компании отказываются страховать операторов. Созданная организация «Турпомощь», призванная оказывать экстренную помощь туристам при несостоятельности туроператора, вызывает большое недовольство со стороны нишевых туроператоров, которые не желают вносить по 100 тысяч рублей в фонд этой организации [4].

Автор полагает, что одним из инструментов повышения надежности и качества обеспечения финансовых гарантий туроператоров может стать создание единого страхового фонда туроператоров, который будет формироваться за счет финансового обеспечения в форме банковских гарантий. Аккумуляция денежных средств этого страхового фонда целесообразно осуществлять в тех банках, где обслуживаются туроператоры, т.к. это будет также способствовать контролю за финансовым состоянием туроператора с точки зрения прогнозирования вероятности его банкротства.

Создание единого страхового фонда финансового обеспечения туроператоров позволит

ежегодно накапливать средства, которые не уйдут к страховщикам, как это происходит сейчас, а останутся в сфере туризма. Механизм формирования и функционирования единого страхового фонда туроператоров потребует внесения ряда изменений в законодательство, в частности – исключения возможности обеспечивать финансовые гарантии путем заключения договора со страховой компанией.

В процессе формирования институциональной инфраструктуры предпринимательской среды туристского рынка должно учитываться эффективное сочетание государственного регулирования и саморегулирования. В современных условиях саморегулирование должно стать одним из важнейших инструментов регулирования конкурентной среды в туризме. Саморегулирование следует рассматривать как элемент институциональной инфраструктуры предпринимательства в сфере туризма, представляющий альтернативу государственному регулированию и способствующий формированию конкурентной среды в туризме.

В сфере туризма саморегулирование представляется одним из важнейших инструментов формирования эффективной предпринимательской среды. В настоящее время созрела необходимость создания условий для становления и развития туристской системы саморегулирования как механизма реализации экономической политики государства в сфере туризма. На современном этапе формирования системы государственного регулирования в туризме роль общественных организаций, реализующих принципы саморегулирования, будет возрастать. Механизм саморегулирования туристского рынка позволит сформировать адекватную предпринимательскую среду и повысить эффективность контроля соблюдения норм и стандартов деятельности в сфере туризма, повысит ответственность предприятий туристской индустрии перед потребителями туристских услуг, будет способствовать уходу с рынка неэффективных и недобросовестных производителей туристских продуктов. Кроме того, саморегулируемые организации создают предпосылки для формирования альтернативных механизмов разрешения споров участников туристского рынка, являющихся членами этих саморегулируемых организаций. Саморегулируемые организации являются также тем институтом, который будет способствовать обеспечению соблюдения добросовестной конкуренции в туризме.

Кроме того, саморегулируемые организации могут выступать одним из субъектов управ-

ления страховым фондом туроператоров. Профессиональное сообщество может стать одним из эффективных инструментов формирования добросовестной предпринимательской среды в том случае, если мнение этого сообщества будет весьма весомым, а само сообщество будет владеть необходимыми рычагами воздействия на своих членов.

Саморегулируемые организации в сфере туризма должны выступать в качестве объединяющего начала. Особое значение саморегулируемые организации могут иметь для координации предпринимательской турагентской деятельности и формирования конкурентной среды в этой сфере туристской деятельности. В частности, саморегулирование может быть эффективным инструментом в борьбе с демпингом, который в настоящее время является, пожалуй, самым негативным проявлением рыночной свободы субъектов туристского рынка. Именно демпинг является одним из разрушителей туристского рынка, т.к. он отрицательно влияет на весь туристский рынок, катастрофически снижая прибыль и рентабельность как турагентских, так и туроператорских компаний.

Формирование предпринимательской среды должно быть информационно обеспечено. С этой точки зрения саморегулируемые организации должны, наряду с государственными органами статистики, осуществлять сбор и анализ статистических данных по туристскому рынку, контролировать институциональную составляющую предпринимательской среды и оперативно информировать субъектов туристского рынка об изменениях законодательства в сфере туризма и смежных областях.

В связи с высокой степенью регионализации туристского рынка одним из возможных вариантов формирования системы саморегулирования в российском туризме может быть создание региональных саморегулируемых организаций и объединяющей их национальной саморегулируемой организации.

В настоящее время большинство туроператорских компаний имеет финансовое обеспечение в форме договора со страховой компанией. В целях прогнозирования вероятности банкротства туроператоров предлагается перейти к финансовому обеспечению только в форме банковских гарантий исполнения обязательств по договору о реализации туристского продукта. В соответствии с законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», гарантом по банковской гарантии может быть банк, иная

кредитная организация, либо страховая организация, зарегистрированные в соответствии с Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». Обслуживающий туроператора банк может выступать в качестве гаранта, при этом он может осуществлять мониторинг денежных потоков туроператора и контролировать его финансовое состояние. В случае наступления угрозы банкротства банк может предвидеть эту ситуацию. При условии создания саморегулируемых организаций, эта информация о кризисном финансовом состоянии туроператора может быть доведена до саморегулируемой организации, членом которой является туроператор. В этом случае орган саморегулирования должен принять адекватные меры по предотвращению банкротства или снижению его негативного влияния. Информация о критической финансовой ситуации туроператора должна также поступать регулятору туристского рынка – Ростуризму.

Таким образом, учитывая социальную значимость туристского бизнеса и его высокую степень социальной ответственности, для формирования благоприятной предпринимательской среды и обеспечения ранней диагностики вероятности финансовой несостоятельности туроператора автором предлагается:

- установить финансовое обеспечение для туроператоров только в форме банковской гарантии в том банке, где обслуживается туроператор, причем размер финансового обеспечения должен зависеть от финансового оборота компании, который банк может легко проконтролировать по анализу денежных потоков туроператора;
- законодательно обеспечить право саморегулируемой организации и регулятора туристского рынка обращаться в банк-гарант для получения сведений о финансовой состоятельности туроператора, а банк обязан информировать саморегулируемую организацию об ухудшении или критическом финансовом состоянии туроператора;
- саморегулируемая организация должна проводить текущий мониторинг туристского рынка и предоставлять адекватную информацию о финансовом состоянии своих членов.

Литература

1. Якунин В.И., Сулакшин С.С., Фонарева Н.Е., Тотьев К.Ю. и др. Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации : монография. – М. : Научный эксперт, 2008.

2. «Шикарный январь» от Андрея Алмазова [Электронный ресурс] <http://www.tourdom.ru/news/?read=36210> (дата обращения 16.12.2011)
3. Новое банкротство – сеть турагентств Global Club [Электронный ресурс] [\[ratanews.ru/news/news_11092012_4.stm\]\(http://www.ratanews.ru/news/news_11092012_4.stm\) \(дата обращения 16.12.2012\)](http://www.</div><div data-bbox=)

4. Бунт против Турпомощи [Электронный ресурс] <http://www.tourdom.ru/news/?read=41675> (дата обращения 03.02.2013)