

Проблемы финансирования туристской отрасли

Ограниченность финансирования туристской отрасли является важнейшим фактором, сдерживающим ее развитие в нашей стране. Общеизвестно, что туризм относится к ресурсоемким сферам, требующим значительных инвестиций, необходимых, в частности, на обновление материально-технической базы индустрии туризма, на строительство туристских объектов, на ремонт дорог и развитие инфраструктуры территорий. Однако следует учитывать, что и отдача от туризма также весьма существенна. Во-первых, туризм является прибыльной отраслью экономики и инвестиции в его развитие достаточно быстро окупаются. Это способствует притоку денег в регионы, а соответственно росту доходов бюджетов и созданию дополнительных рабочих мест. Во-вторых, туризм имеет высокий мультипликативный эффект, то есть стимулирует развитие смежных секторов экономики (пищевой промышленности, сельского хозяйства, строительства, транспорта и др.). Так, на 1 рубль выпуска в туризме приходится около 1,8 рубля в других смежных секторах экономики [1]. В-третьих, туризм способствует развитию малого и среднего предпринимательства, поскольку 70% всех занятых в туризме приходится именно на эту категорию. И, наконец, инвестиции в туризм обеспечивают обновление инфраструктуры и повышение качества жизни населения, а также способствуют сохранению историко-культурного наследия. Все это обуславливает актуальность решения проблемы поиска источников финансирования туристской индустрии.

Выделяют бюджетные (государственные и муниципальные) и внебюджетные (частные) источники финансирования туризма. Причем роль последних в настоящее время увеличивается. Так, в федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» соотношение по объемам финансирования составляет: федеральный бюджет – 23,5%, консолидированные бюджеты субъектов РФ – 6,5% и внебюджетные источники – 70% [2]. То есть основная нагрузка по финансированию программы приходится на бизнес. А поскольку в современной непростой экономической ситуации возникают объективные сложности с привлечением частных инвестиций, то реализация судьбоносной для туристской отрасли федеральной программы во многих регионах столкнулась с проблемой освоения средств.

По сравнению со странами-лидерами международного туризма масштабы финансирования этой отрасли в России явно недостаточны. Соответственно в Правительство РФ в ближайшее время будет внесено предложение в разы увеличить финансирование внутреннего туризма даже в нынешних экономических условиях [3]. Отметим также, что кроме прямой финансовой поддержки отрасли, государство может использовать:

- льготное налогообложение компаний туристской сферы;
- грантовую поддержку;
- предоставление государственных гарантий по кредитам, выдаваемым представителям туриндустрии;
- возмещение части затрат субъектам малого предпринимательства, реализующим социально значимые проекты;
- создание финансовых стимулов для притока частных инвестиций в сферу туризма.

Очень перспективным для решения проблемы финансового обеспечения туризма является создание государственно-частных партнерств, представляющих собой организационно-экономические образования, основанные на взаимовыгодном участии государства и бизнеса для решения общественно значимых задач по развитию туриндустрии. Для государства выгода заключается в создании новых рабочих мест, формировании дополнительной налоговой базы, улучшении качества жизни населения, а для бизнеса – льготных условиях организации и ведения деятельности, снижении уровня риска инвестирования капитала. Могут использоваться два направления реализации государственно-частных партнерств: формирование особых экономических зон туристско-рекреационного типа и создание туристских кластеров.

Безусловно, оптимизация деятельности туристских компаний позволяет высвободить собственные источники финансирования. Это и сокращение нерациональных затрат, и эффективное управление активами фирмы, и оптимизация налогообложения. Большинство организаций в

Секция 16. Современные тенденции развития экономики

турбизнесе сокращают штат обслуживающего персонала в период сезонного спада и совершенствуют систему материального стимулирования сотрудников. Некоторые организации рассматривают возможность передачи на аутсорсинг отдельных направлений бизнеса, а также сокращения масштабов операций с целью высвобождения активов и снижения постоянных затрат. Для привлечения финансовых ресурсов в случае необходимости может использоваться продажа непрофильных активов.

Банковские кредиты малодоступны и не привлекательны для туристского бизнеса ввиду высоких процентных ставок. Однако источником финансирования могут быть не только кредитные организации, но и потенциальные потребители. Например, в мировой практике гостиничного бизнеса широко используется соглашение о долевым использовании туристского объекта, когда средства будущих пользователей данного объекта привлекаются в обмен на гарантированные права его использования [1].

Также в качестве источника финансирования туризма может привлекаться спонсорская помощь, средства предприятий и организаций в порядке пожертвований, благотворительности.

Литература

1. Киселева Е.В. Анализ стратегий финансирования компаний в индустрии туризма // Российское предпринимательство. – № 6 (204). – 2012. – С. 124-132.
2. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>
3. Финансирование ФЦП внутреннего туризма может увеличиться в разы / Сайт «Туризм. Интерфакс» – Режим доступа: <http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/30966/>