

*Суков Максим Александрович*

*Российская международная академия туризма, г. Химки*

## **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВЫХ МЕХАНИЗМОВ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

*Суков Максим Александрович*

*Российская международная академия туризма, г. Химки*

*Sukov Maxim Alexandrovich*

*Russian International Academy of Tourism, Khimki*

**Аннотация.** Малому бизнесу в сфере туризма в современных условиях обеспечить видимую перспективу развития без реализации программ государственной поддержки невозможно. Пути и методы регулирования развития рыночной экономики разнообразны. В общей массе огромную роль играют программно-целевые методы регулирования. В статье описываются основные направления совершенствования использования программно-целевого подхода к развитию такого специфического сектора экономики, как малый бизнес в сфере туризма, призванный сыграть важную роль в выводе национальной экономики из кризиса.

**Annotation.** It is impossible to provide a visible development prospect for small business in the field of tourism in modern conditions without the implementation of state support programs. The ways and methods of regulating the development of a market economy are varied. In the general mass, program-target methods of regulation play a huge role. The article describes the main directions for improving the use of a program-targeted approach to the development of such a specific sector

of the economy as a small business in the field of tourism, designed to play an important role in bringing the national economy out of the crisis.

**Ключевые слова:** малый бизнес, туризм, программно-целевой механизм, туристская сфера деятельности, совершенствование.

**Key words:** small business, tourism, program-target mechanism, tourism industry, improvement.

На нынешнем этапе экономического развития России малый бизнес в сфере туризма становится непосредственным приоритетом в формировании государственной финансовой политики на долгосрочную перспективу. Стратегические документы, разрабатываемые на федеральном и региональном уровнях, обязательно включают меры по развитию малого бизнеса в сфере туризма с последующим созданием профессиональных ассоциаций, центров развития бизнеса, бизнес-инкубаторов, технопарков, внедрением новых и совершенствованием действующих законодательных норм и т. д.

Однако, несмотря на усилия властей, возросшие «вливания» финансовых ресурсов в эту сферу экономики, а также прямая заинтересованность властей на всех уровнях и значительный общественный резонанс, развитие малого бизнеса в России сталкивается с большими трудностями. Данные о количестве зарегистрированных малых предприятий в сфере туризма показывают, что резкий рост предпринимательства, сменился стагнацией к концу десятилетия и вялой текущей динамикой в настоящее время. В связи с этим актуальным является необходимость совершенствования программно-целевых механизмов поддержки малого бизнеса в сфере туризма с целью создания благоприятных условий для их развития и обеспечения экономического роста страны<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Гаврилова, И. В. Развитие малого бизнеса в сфере туризма в России / И. В. Гаврилова, А. А. Каблукова, К. С. Колосова // Молодой ученый. - 2016. - № 10 (114). - С. 659-663.

Предпринимательство всегда связано с риском, который не всегда реально предугадать, следовательно, из-за этого риска многие предприятия не могут устоять на рынке и впоследствии начинают уходить с рынка. Но чем больше начальный капитал, который вложен в предприятие, тем выше шанс его успешной деятельности. Однако человеку, который получает заработную плату равную МРОТ, практически невозможно самостоятельно накопить денежные средства для открытия собственного дела. Отсюда вытекает такой сдерживающий фактор, как недоступность финансирования. Получить кредит начинающему предпринимателю практически невозможно. Банки отсекают малый бизнес, потому что одним из основных условий выдачи кредита является рост товарооборота и выручки компании, поэтому если у предпринимателя указанные показатели не растут, то он не может стать заемщиком. Банки не готовы предоставлять кредит на срок более чем 3-4 года, соответственно, чем больше срок кредитования, тем больше процент, а масштабы микрофинансирования и лизинга на несколько порядков ниже уровня спроса на них.

Серьезным сдерживающим фактором является низкий платежеспособный спрос населения, основного потребителя продукции и услуг малого бизнеса и конкуренция со стороны импортных товаров. Малому предприятию трудно выпускать товар в огромных количествах оказывать услуги для большого количества желающих за недорогую цену. К тому же очень сильное давление на маленькие предприятия оказывают развитые средние или крупные предприятия. Для содействия малому бизнесу необходима организация рекламно-выставочной деятельности, позволяющей представить свой товар населению разных городов. Помимо этого, руководство муниципального образования может обязать предоставлять выставочным павильонам площади для малого бизнеса по приемлемым ценам<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Поддержка субъектов МСП в сфере туризма. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://krd.ru/uploads/files/2020/07/28/121503-prezentacia-korporacia-removed.pdf>

Для совершенствования программно-целевых механизмов поддержки малого бизнеса в сфере туризма предложены следующие мероприятия, позволяющие компенсировать затраты субъектов малого предпринимательства, а также получать помощь на начальном этапе осуществления деятельности:

1. Заключение соглашений с Росимуществом о праве первоочередной покупки субъектами малого предпринимательства арестованного имущества и товаров. Данное мероприятие позволит также субъектам малого предпринимательства в сфере туризма приобретать имущество, не заходя на тендер, что исключит длительный сбор документов и потерю времени.

2. Предоставление субсидий в целях возмещения части стоимости приобретенных основных средств и (или) программного обеспечения, необходимых для осуществления субъектами малого предпринимательства в сфере туризма деятельности. Максимальный размер субсидии может составить 50% от стоимости приобретённых основных средств, но не более 200 тыс. руб. на один субъект малого предпринимательства.

3. Предоставление имущественной поддержки в виде передачи в безвозмездное пользование находящихся в государственной собственности капитальных строений (зданий, сооружений) нежилого фонда, изолированных помещений, их частей, в том числе с правом приобретения их в собственность после окончания срока безвозмездного пользования.

4. Предоставление субсидий в виде компенсации части затрат на размещение рекламы для вновь создаваемого малого бизнеса в сфере туризма, в том числе. Размер субсидии должен рассматриваться в индивидуальном порядке, например, до 70% от затрат, но не более 10-15 тыс.руб.

5. Возмещение затрат на регистрацию первого бизнеса (юридического лица) для некоторых категорий граждан (выпускники, студенты, инвалиды и др.). Возмещению подлежат затраты по регистрации, открытию расчетного

счета, изготовлению печатей, получению лицензий и сертификатов. Расходы по возмещению затрат подлежат в размере 100 % от их фактической суммы<sup>3</sup>.

6. Государственно-частное партнерство в условиях поставленных стратегических задач Президентом Российской Федерации до 2030 года может стать одним из источников привлечения финансовых ресурсов для совершенствования партнерства государства и бизнеса в сфере туризма.

7. Внесение изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», направленных на расширение и улучшение условий поддержки субъектов малого бизнеса в сфере туризма.

8. Расширение доступа малого бизнеса в сфере туризма к получению фин. ресурсов (расширение перечня видов деятельности, подлежащих микрофинансированию; увеличение максимального объема микрофинансирования)

9. Обеспечение дифференцированными ставками арендной платы по государственной собственности.

10. Обеспечение дифференцированными ставками арендной платы по государственной собственности.

11. Повышение информированности предпринимательского сообщества о деятельности органов местного самоуправления в сфере поддержки и развития малого бизнеса в сфере туризма (письменное информирование малого бизнеса в сфере туризма об открытии конкурсов на предоставление грантов и иных видов государственной поддержки).

Малый бизнес в сфере туризма развивается недостаточно неравномерно. Невысокая платежеспособность и низкий уровень развития инфраструктуры в сфере бизнеса на отдельных территориях (например, в монопрофильных городах и удаленных от административных центров муниципальных образованиях) в значительной степени препятствуют предпринимательской

---

<sup>3</sup> Шлыков В.В. Опыт программно-целевого управления в сфере культуры и туризма субъекта Федерации // Региональная экономика: теория и практика. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-programmno-tselevogo-upravleniya-v-sfere-kultury-i-turizma-subekta-federatsii>

деятельности. В этой связи для того, чтобы достичь уровня лидирующих муниципальных образований необходимо проведение государственной политики поддержки малого бизнеса в сфере туризма, учитывающей выявленные особенности и проблемы.

Наиболее принципиальным фактором, сдерживающим рост объемов кредитования, является высокая стоимость кредитных ресурсов для конечных заемщиков. Несмотря на планомерную деятельность со стороны Правительства РФ и Центробанка по снижению ключевой ставки, на которую ориентируются коммерческие банки при установлении процентных ставок по банковским кредитам, стоимость кредитования все еще остается высокой. Существенным барьером расширения объемов банковского кредитования является сложность самих банковских продуктов, подразумевающих уплату не только процентов за пользование капиталом, но и комиссий, взносов и прочих дополнительных расходов, связанных с кредитованием. Многие малые предприятия в сфере туризма отмечают также организационную сложность заключения договора кредитования, недоверие кредитных учреждений к данным управленческой отчетности и т.п.

Для решения проблемы привлечения заемных средств для представителей малого бизнеса в сфере туризма можно применить микрофинансирование со стороны некоммерческих микрофинансовых организаций (МФО), одним из учредителей/участников/акционеров которых является субъект РФ и/или орган местного самоуправления, а источником формирования средств – субсидии из областного и федерального бюджетов, займы и банковские кредиты, а также собственные доходы.

Расширением возможностей для малого бизнеса в сфере туризма, получающих микрофинансирование станут:

- расширение перечня целей (на которые привлекается микрофинансирование);
- расширение перечня видов деятельности МСП, подлежащих микрофинансированию;

- улучшение инфраструктуры (организация филиалов Центра микрофинансирования)

- увеличение максимального срока предоставления кредитов;

- увеличение максимального объема финансирования.

Очевидным является, что помимо стандартных целей привлечения микрофинансирования (пополнения оборотных средств, покупки оборудования, покупки и ремонта основных средств) значимую долю в структуре портфеля микрозаймов составляют специфические цели, такие как внесение обеспечения для участия в тендерах и государственных заказах, вложения в НИОКР, требующие разработки специальных микрофинансовых продуктов.

В рамках реализации национальных проектов в условиях коронавирусной эпидемии перед экономикой Российской Федерации стоит стратегическая задача рационального использования ограниченных ресурсов для достижения поставленных целевых показателей. Механизмы ГЧП могут выступить локомотивами развития. Максимизацию синергетических эффектов партнерства можно обеспечить путем развития ГЧП, выбора оптимальной формы ГЧП, которая позволит учитывать внутренние и внешние факторы муниципального развития, скоординировать действия всех участников ГЧП при условии сбалансированности интересов и целей, сформировать благоприятные условия для дальнейшего развития партнёрства и создать систему взаимоувязанного сотрудничества муниципального образования с бизнесом, при котором можно достигнуть ожидаемого результата социально-экономического развития экономики<sup>4</sup>.

Таким образом, совершенствование поддержки малого бизнеса в сфере туризма в долгосрочной перспективе предполагает значительную государственную поддержку, которая выражается в различных инвестиционных программах, налоговой и кредитной сфере.

---

<sup>4</sup> Жолумбетов Е.М. Анализ мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере туризма в условиях пандемии коронавируса (COVID-19)// Кронос. - 2021. - №2 (52). - С.29-32

### **Использованные источники:**

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/)
2. Гаврилова, И. В. Развитие малого бизнеса в сфере туризма в России / И. В. Гаврилова, А. А. Каблукова, К. С. Колосова // Молодой ученый. - 2016. - № 10 (114). - С. 659-663.
3. Жолумбетов Е.М. Анализ мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере туризма в условиях пандемии коронавируса (COVID-19)// Кронос. - 2021. - №2 (52). - С.29-32
4. Поддержка субъектов МСП в сфере туризма. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://krd.ru/uploads/files/2020/07/28/121503-prezentacia-korporacia-removed.pdf>
5. Шлыков В.В. Опыт программно-целевого управления в сфере культуры и туризма субъекта Федерации // Региональная экономика: теория и практика. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-programmno-tselevogo-upravleniya-v-sfere-kultury-i-turizma-subekta-federatsii>