

Т. Ю. Чикурова

ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТСКИХ КОРПОРАЦИЙ

Эффективная финансовая деятельность туристских корпораций способствует развитию международного туризма. Обусловлено это тем, что крупному бизнесу государство и финансовые структуры чаще всего отдают предпочтения. К конкурентной рыночной обстановке туристские корпорации более устойчивы, чем малый бизнес.

Ключевые слова: туристские корпорации, финансовые ресурсы, финансовая деятельность, международный туризм.

THE FINANCIAL ACTIVITIES OF TOURISM CORPORATIONS

Effective financial performance of the tourism corporations contributes to the development of international tourism. The reason is that big business, the government and financial institutions often give preference to. To a competitive market environment, the tourism Corporation is more stable than a small business.

Key words: tourism Corporation, financial resources, financial services, international tourism.

Развитию международного туризма способствует в первую очередь деятельность туристских транснациональных корпораций (ТНК) и гигантов гостиничного бизнеса. Специфика функционирования туристских ТНК определяется сложной системой взаимодействия с другими агентами рынка. К тому же создание туристского продукта как для отечественного, так и для иностранного туриста требует учета особенностей туристского производства, внешних политических факторов и условия финансового обеспечения.

Финансовые гарантии, обязательные в международном туризме, утвержденные российским законодательством, могут обеспечить лишь крупные предприятия туристического бизнеса, такие как корпорации.

На уроне международного туризма конкурентные преимущества также могут быть получены туристскими ТНК, поскольку они, как пишет А. Н. Яндовский, имеют тесное взаимодействие с другими игроками туристского рынка и правительствами национальных государств. Это позволяет им выстраивать новые схемы установления контактов с зарубежными туристскими ТНК с учетом национальных приоритетов [3].

Эффективная деятельность корпораций характерна для любых отраслей мировой экономики и для туристического бизнеса в частности. Сделки по слиянию и поглощению, приобретению активов необходимы для улучшения финансовых показателей.

К примеру, в группу Accor Hotels перейдет коллекция гостиничных активов – брендов Fairmont, Raffles и Swissotel, представленная 155 отелями и курортами. Сделка обеспечит Accor Hotels позиции мирового лидера в сегменте отелей высшего класса «люкс». Accor Hotels ставит перед собой цель получить выручку в размере около 65 миллионов евро за счет уникальной комбинации брендов, увеличения доходов отелей, повышения эффективности маркетинговой политики, а также оптимизации операционных расходов. Значительные улучшения произойдут с клиентской базой благодаря интеграции в нее 3 миллионов лояльных клиентов [1].

Поскольку основная цель любой корпорации заключается в получении максимальной прибыли, то туристские ТНК также планируют свою деятельность с учетом повышения экономического эффекта. Для современных корпораций повышение уровня рентабельности основано на применении логистического подхода, а именно снижении издержек.

В международном туризме ТНК сталкиваются с ограничением развития мировой торговли услугами, монополизацией производителей товаров, жестким валютным контролем, значительными транспортными издержками, а также бременем налогообложения, что снижает эффективность их деятельности.

Можно констатировать, что «эффект масштаба», разделение труда, трансфертное ценообразование, современные информационные технологии позволяют корпорациям решать их финансовые вопросы положительно.

Безусловно, создание туристских корпораций дает преимущества этому виду бизнеса на международном рынке.

Международный рынок оказывает влияние на развитие как отдельных стран, так и мировой экономики в целом. По мере расширения международной торговли и иных форм международных экономических отношений, повышения уровня культуры международный туризм также будет развиваться, а с ним и туристские ТНК.

Так, вклад туризма в валовой внутренний продукт европейских стран оказался больше, чем у автомобильной, химической промышленности, банковского дела, сельского хозяйства и горнодобывающей отрасли. Об этом говорится в сообщении Всемирного совета по туризму и путешествиям (ВСТП) [4].

По данным ВСТП, в 2014 году туристическая отрасль принесла в европейскую экономику 1,8 трлн евро или 2,1 трлн долларов. Это в 2,6 раза больше вклада добывающих отраслей – 796 млн долларов и в 1,8 раза превышает вклад в региональный ВВП банковского сектора – 1,2 трлн долларов.

В сообщении Всемирного совета подчеркивается, что в 2014 году доля занятого в туристской отрасли населения европейских стран составила 9 % – это больше, чем в банковском секторе, автомобильной, химической промышленности и добывающих отраслях. Благодаря туризму в этих странах существует в общей сложности дополнительно 35 млн рабочих мест. В то же время доля туризма в российской экономике составляет лишь около 1,5 % ВВП [3].

Становление общемирового туристского рынка сопровождается мощными процессами создания и функционирования транснациональных корпораций, которые находят выражение в международном переплетении частных капиталов, усилении связей между корпорациями разных стран и в широком развитии сферы туристского бизнеса. Состояние мировой индустрии туризма, несмотря на объективные трудности последних лет, в целом демонстрирует стабильность и сохраняет позиции крупнейшего, высокодоходного и быстроразвивающегося сектора мировой экономики.

Туристические услуги составляют немалую часть потребляемых населением услуг и имеют специфический социально-оздоровительный характер, который включает рекреацию, возможность развития личности, познания исторических и культурных ценностей, участия в спортивно-массовых мероприятиях. Таким образом, международный туризм сочетает в себе экономический, социальный, гуманитарный, воспитательный и эстетический эффекты.

Статистические данные Всемирной туристской организации показали, что в 2015 году доходы от туризма в мире выросли в реальном выражении на 4,4 %, до отметки 1,26 трлн долларов. Общий вклад отрасли в мировой ВВП достигает 7,2 трлн долларов. Туризм прямо или косвенно поддерживает каждое 11-е рабочее место в мире. Было создано 2,5 млн рабочих мест, непосредственно обслуживающих туристов в турагентствах, гостиничном бизнесе, авиаперевозках, ресторанах [5].

Деятельность международных туристских корпораций составляет основу инновационного развития любой страны в долгосрочной перспективе. Туристская индустрия выгодная и экологически безопасная отрасль экономики. Она является источником валютных поступлений и средством для обеспечения занятости населения.

В связи с этим следует рассмотреть другой пример успешной деятельности туристских корпораций, который заключается в сделке корпорации Marriot International по приобретению Starwood Hotels & Resorts. Объединенная компания сможет предоставить более широкий ассортимент услуг для гостей и благоприятные возможности для партнеров, а также открыть возможность повышения стоимости активов для акционеров компании Marriot и Starwood. В общей сложности эти компании владеют и управляют более чем 5500 гостиницами, которые насчитывают 1,1 миллиона номеров по всему миру [1].

Как правило, слияние корпораций является движущей силой развития. В результате объединения повышается эффективность бизнеса, улучшаются показатели конкурентоспособности, успешно продвигаются инновационные проекты, что привлекает большое количество туристов.

С финансовой точки зрения деятельность туристских корпораций позволяет обеспечить:

- мобильность материальных и нематериальных активов;
- повышение конкурентоспособности туристских услуг;
- возможность открытия дочерних предприятий в других странах;
- использовать льготный режим налогообложения в свободных экономических зонах.

Благодаря финансовой мощности туристские корпорации способны реализовать масштабные инвестиционные проекты в сфере туризма, например строительство тематических парков.

Как показывает практика, современные туристские корпорации имеют развитую структуру дочерних и франчайзинговых подразделений, что обеспечивает приток денежных средств с разных международных туристских рынков. Анализ финансовых показателей доходности туризма свидетельствует о превращении его в одну из ведущих отраслей мирового хозяйства. Большинство государств, понимая важность развития туризма в своих странах, выделяют значительные средства национальным туристским ассоциациям на продвижение отечественного туристского продукта. Лидером здесь является Израиль, который ежегодно осваивает более 200 млн долларов. Такие страны, как США и Китай, на эти цели выделяют по 70 млн долларов [3].

По прогнозам ЮНВТО (Всемирной туристской организации), в перспективе ожидается увеличение доходов от международного туризма до 2 трлн долларов к 2020 году. Международный туризм оказывает существенное влияние на экономику и развитие отдельных регионов, способствуя притоку валюты, улучшению инфраструктуры туристских объектов. Для получения максимальной выгоды от туризма каждая страна разрабатывает туристскую политику, которая является одним из важных разделов социально-экономической и финансовой политики государства.

Туристская политика государства представляет собой совокупность форм, методов и направлений воздействия государства на функционирование сферы туризма для достижения конкретных целей развития социально-экономических отношений в стране.

Основополагающие векторы туристской политики России:

- обеспечение финансовых гарантий туристам;
- защита интересов производителей отечественного туристского продукта;
- поддержка внутреннего и въездного туризма.

Финансовая поддержка может проявляться в форме:

- прямых инвестиций в формирование туристской инфраструктуры;
- научного и рекламно-информационного обеспечения продвижения национального туристского продукта на мировом рынке;
- налоговых и таможенных льгот, стимулирующих приток инвестиций.

Менеджерам международных туристских корпораций известно, что туристская политика государства базируется на финансовом фундаменте. Туристская стратегия стремится к выработке общей концепции развития и целевых программ, для реализации которых требуется время и большие финансовые ресурсы.

Туристская тактика представляет конкретные меры и приемы достижения поставленной цели в конкретных регионах.

Основной концепцией развития международного туризма в Российской Федерации является создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего широкие возможности для обслуживания иностранных гостей, что принесет значительный вклад в бюджет страны. Для реализации этой цели предлагается целый ряд мер, среди которых:

- создание нормативно-правовой базы развития туризма, соответствующей международной практике;
- формирование финансовых механизмов стимулирования развития международного и внутреннего туризма, привлечения инвестиций в эту сферу;
- введение жесткой системы сертификации и лицензирования туристской деятельности и т. п.

Поэтому любое государство, развивающее туризм, стремится достичь от него максимального финансового результата на основе производственной деятельности туристских корпораций.

Международный туризм как торговлю услугами на мировом рынке можно назвать невидимым экспортом, вносящим соответствующий вклад в платежный баланс страны. Положительным явлением считается тот факт, когда сумма ввоза туристами валюты превышает сумму вывоза валюты.

Курс российского рубля в настоящее время ниже по отношению к доллару и другим валютам, поэтому он в России обретает большую покупательную способность. Это, несомненно, должно привлекать иностранных туристов и повышать туристский экспорт, что, в свою очередь, способствует увеличению валового национального продукта. Привлечение иностранных туристов в Россию имеет некоторое влияние на ситуацию платежного баланса. Туристские корпорации, обслуживающие иностранных туристов, должны стимулировать продажу сопутствующих товаров, финансово помогая национальной экономике.

Естественно, для российской экономики выгоднее привлекать больше иностранных туристов в страну и создавать условия, чтобы туристы тратили больше денег, чем отправлять российских граждан путешествовать за границу.

Непосредственное влияние международного туризма на экономику страны или региона представляет увеличение расходов иностранных туристов на покупку туристских услуг и сувениров. Также прямое влияние может быть в результате вклада денег в туристские корпорации в виде инвестиций и приобретения ценных бумаг, материального обеспечения работников туристских корпораций.

Таким образом, можно еще отметить, что туристские корпорации оказывают сильное влияние на культурную и экономическую интеграцию. Крупные корпорации имеют более свободный доступ к финансовым ресурсам, что позволяет им применять в своей деятельности инновационные технологии для удовлетворения возрастающих потребностей современных туристов.

Литература

1. Конец 2015 года ознаменован суперделками гигантов гостиничного бизнеса [Текст] // Мир индустрии – новости гостиничного бизнеса. – 2015 – № 7–8 (126). – С. 26–28.
2. Огурцова, Б. Н. Менеджмент международного туризма [Текст] : учебное пособие / Ю. Н. Огурцова, Т. Ю. Чикурова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал, гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. – 106 с.
3. Яндовский, А. Н. Современные стратегии развития транснациональных корпораций в глобальной индустрии туризма [Текст] : монография / А. Н. Яндовский, Д. С. Ушаков. – Москва : МГИИТ, 2011. – 230 с.
4. Вклад туризма в ВВП Европы больше, чем у автопрома [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://primadvisor.ru/novosti/131-vklad-turizma-v-vvp-evropy-bolshe-chem-u-avtoproma>.
5. Совокупный вклад туризма в мировой ВВП достигает \$7,2 трлн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/3081468>.