

УДК: 334.012.64.009.12:338.482(477.75)

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ**

Василенко В.А., Ткаченко Т.И.

Выполнен критический анализ проблем функционирования малых предприятий рекреационной сферы в Украине и за рубежом. Рассмотрены подходы к их налогообложению и предложены меры по повышению эффективности работы предприятий рекреационной сферы

Ключевые слова: малые предприятия, туризм, гостиничное хозяйство, особенности налоговой политики, государственная поддержка МП

Малые предприятия (МП) в институциональной структуре рыночного хозяйства являются важным условием развития экономики на интенсивной, качественно новой (инновационной) основе. Формирование критической массы таких предприятий в рекреационной сфере и, в том числе в гостиничном хозяйстве и туризме, является необходимым и в связи с многообразием потребностей потребителей вне основного места жительства, комплексностью гостиничного продукта, индивидуализацией и повышением требований к качеству обслуживания. В связи с этим типы предприятий, которые в наибольшей степени распространены в мировой индустрии гостеприимства (мотели, ботели, кемпинги, сельские домики и т.д.), представлены различными формами малого предпринимательства.

В странах Европы доля средних и малых средств размещения составляет 75 – 85 %, тогда как в Украине удельный вес МП не превышает 6 – 8 %. Это означает, что конкурентное окружение ядра гостиничного хозяйства формирует в основном крупные и средние предприятия, что характеризует внутренний диспаритет по отношению к экономически развитым странам. В то же время МП, как и любое другое, должно стремиться к повышению качества продукции и обслуживания при ценах, устраивающих потребителя. Только на этой основе МП может рассчитывать на прибыль, а значит на выживание и дальнейшее устойчивое развитие. В развитых странах существует разветвленная сеть государственной поддержки малого и среднего бизнеса, которая практически отсутствует в Украине, что, естественно, в значительной мере сдерживает развитие МП.

Анализ последних публикаций в области поддержки малого предпринимательства [1, 2, 3], а также других работ позволяет заключить, что нерешенными аспектами проблемы являются обоснование необходимости и дальнейшей поддержки малого предпринимательства в рекреационной сфере, что позволит повышать выживаемость МП и формировать их конкурентные преимущества для каждого субъекта хозяйствования.

В связи с этим целью данной работы является гармонизации интересов государства, регионов и отдельных субъектов хозяйствования, а также потребителей в сфере туризма, которые вытекают из задачи сохранения, развития и рационального использования туристско-рекреационных ресурсов.

Большинство частных средств размещения, которые начали функционировать в период рыночных реформ, являются малыми по размерам. По ценовым характеристикам и уровню сервиса эти МП успешно конкурируют с государственными субъектами хозяйствования, однако по конечным показателям хозяйственной деятельности значительно отстают от них. Такая ситуация обусловлена рядом организационно-экономических проблем (рис. 1):



Рис. 1. Основные проблемы функционирования малых предприятий

Высокая инерционность экономической среды. Это означает, что для организации хозяйственной деятельности МП требуется приложить значительные усилия создания таких предприятий (бюрократический аспект). В отличие от западной предпринимательской среды, где увеличение спроса на какой-либо вид услуг немедленно приводит к заполнению соответствующей рыночной «ниши», в отечественных условиях этот процесс происходит крайне медленно. Основными причинами такой ситуации являются:

- недостаточная скорость и широта распространения информации о создавшемся дефиците (высокой прибыльности тех или иных видов услуг гостеприимства);
- неправильная интерпретация полученной, в том числе ценовой, информации;
- неадекватная реакция на информацию (например, убежденность в том, что эта ниша уже кем-либо занята, а вступление в конкуренцию нецелесообразно);
- отсутствие мобильности при перемещении капитала и вторичных ресурсов в иную сферу деятельности и т.д.;
- трудность преодоления бюрократических препятствий на пути перемещения ресурсов (сроки и объем документов для регистрации новых предприятий, трудности получения кредита, помещений и т.д.);

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ

- низкий либо средний уровень деловой активности и инновационной мобильности предпринимателей;
- невысокий уровень требований большей части населения и психологическая неготовность приложить существенные усилия для их реализации;
- общий дефицит всех видов ресурсов, связанный с экономической неустойчивостью;
- инерционность мышления наемных работников, нежелание менять место работы и жительства;
- традиционно низкий уровень организованности и дисциплинированности как в государственном и муниципальном аппаратах, так и в негосударственном секторе.

Низкий уровень экономической культуры всего населения, в том числе руководителей государственных организаций. При этом отсутствие знаний и опыта действий в рыночной среде сочетается с отсутствием целевых установок на предпринимательское (рациональное, целенаправленное, с критерием максимума прибыли) поведение, что является прямым следствием долголетнего существования системы централизованного планирования и управления (административно-командной системы).

Малочисленность среднего класса. По критериям размеров имущества и доходов, а также характера занятий, долю среднего класса в Украине можно оценить не более чем в 12% всего населения. При этом разрыв между бедными и богатыми в стране составляет 75 порядков, тогда как в цивилизованном мире нормальным является 4-5. Малочисленность среднего класса является одной из составляющих потенциальной нестабильности социально-политической ситуации, проявлением неразвитости предпринимательства.

К перечисленным проблемам следует добавить новые характерные особенности, появившиеся за последние годы, к которым можно отнести следующие.

Возникновение и расширение легального негосударственного сектора в сфере гостиничного хозяйства в форме акционерных обществ, частных предприятий, совместных предприятий и т.п., для которых характерны тенденции концентрации капитала.

Разрушение системы хозяйственного управления, размывание полномочий принятия решений, прав собственности на государственное имущество, децентрализация и дерегулирование, резкий рост масштабов волонтаристского поведения в сфере управления, распространение коррупции, частного присвоения результатов функционирования формально государственной собственности.

Резкое снижение эффективности всей хозяйственной системы, увеличение дифференциации выгоды вложений в различные отрасли. Нехватка прямых реальных инвестиций в гостиничное хозяйство связывается, как правило, со значительно большей выгодностью вложений в торгово-посреднический капитал и операции на валютно-финансовом рынке, чем в гостиничное хозяйство, требующих больших объемов инвестиций и сроков их окупаемости.

Рост стартовых издержек (как финансовых, так и организационных), необходимых для начала нового бизнеса, резкое снижение уровня безопасности предпринимательства, возрастание границы риска и банкротства при неразвитости системы экономического страхования и противодействия рискам. Продолжающееся противостояние властей на всех уровнях привело к пренебрежению формальными законами и размыванию обычного (неформального) права. Увеличение диспропорции между возможностями (пропускной способностью) судебно-арбитражной системы и числом хозяйственных конфликтов на фоне инфляции приводит к криминализации обменных процессов, возникновению частных охранных структур, сокращению денежных потоков, проходящих через банки, роста наличного оборота вне потребительского рынка.

Необходимость создания новых и поддержки действующих МП на рынке услуг гостеприимства, требует разработки комплекса мероприятий по развитию малого бизнеса в сфере гостиничного хозяйства. Так, например, в развитых странах существует разветвленная сеть государственной поддержки малого и среднего бизнеса, который состоит из правительственных, смешанных и частных организаций. Они действуют как на коммерческой основе, так и на условиях бюджетного финансирования.

Целесообразным к изучению и внедрению может быть опыт Франции по государственной поддержке малых предприятий [1], которые могут получать до 1500 видов помощи общенационального и регионального характера. Среди них:

- полное освобождение новых предприятий от налога на прибыль в течение первых двух лет работы, на 75 % – на третьем, на 50 % – на четвертом и на 25 % – на пятом году работы;
- освобождение в течение первых двух лет работы от уплаты налога на землю;
- снижение размера налогов для предприятий в случае увеличения их капитала или направление средств на научно-исследовательские работы, профессиональную подготовку кадров, распространение деятельности на иностранные рынки (табл. 1).

Таблица 1

Главные инструменты финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства в отдельных странах СНГ

Страна	Главные инструменты финансовой поддержки
Азербайджан	Налоговые льготы предоставляют на 3 года. МП, действующие в наиболее продуктивных сферах хозяйства, освобождаются от налога на инвестиции в техническое оснащение, новые технологии и обучение персонала
Латвия	МП пользуются налоговыми льготами и выплачивают всего 20 % налога на прибыль. Пользуются упрощенными процедурами бухгалтерского учета. Государство осуществляет для МП субсидирование займов. МП, у которых оборот меньше, чем 10 000 латов, не платят НДС

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ**

Продолжение таблицы 1

Молдова	Микропредприятия освобождаются от налога на период до 5-ти лет (3 года в сфере услуг) и платят уменьшенную сумму налогов в течение следующих 2-х лет, если они реинвестируют хотя бы 80 % сэкономленных на налогах средств в дальнейшую деятельность. МП получают займы под низкие проценты (гранты)
Россия	Обеспечиваются скидки при уплате налогов на 2 года. Часть прибыли, направляемая на обновление и реконструкцию основных фондов, освобождается от налогообложения. МП получают кредиты по низким процентам, а также субсидии на внедрение приоритетных научно-технических разработок
Узбекистан	Предоставляются налоговые льготы для новообразованных МП, гарантии под ссуды, субсидирование кредитов. Упрощенные процедуры регистрации для МП

Необходимо отметить, что налоговые льготы следует рассматривать как наиболее существенный способ выравнивания возможностей малых и крупных предприятий в условиях конкурентной борьбы и компенсации материального ущерба предпринимателей от их деятельности в сфере повышенного риска. При этом нужны специальные налоговые режимы для субъектов малого предпринимательства, которые бы давали возможность максимально упростить учет и контроль над налогообложением этих субъектов и обеспечить стабильные поступления в бюджет.

Упрощение учета и налогообложения физических и юридических лиц в Украине стало важным шагом активизации предпринимательской активности, однако, недостаточным для создания их критической массы [2]. Программа государственной поддержки в сфере туризма Украины должна учитывать все возможные пути поступления финансового средства и предусмотреть мероприятия по обеспечению условий их активного привлечения.

Туристическая отрасль характеризуется как фрагментарная. Функционирующие в ней субъекты хозяйствования представлены преимущественно малыми и средними предприятиями, по форме собственности – частыми [3]. Количество предприятий на туристическом рынке всегда значительное (десятки и сотни тысяч) и при этом ни одно из них не имеет существенной доли в общем объеме продаж туристических продуктов.

В условиях рыночного хозяйства *действенным механизмом гармонизации интересов государства, регионов и отдельных субъектов хозяйствования, а также потребителей в сфере туризма*, вытекающие из задачи сохранения, развития и рационального использования туристско-рекреационных ресурсов, является переход к особой системе налогообложения и их использования в туристической сфере.

Сумма платежей в бюджет, осуществляемых отечественными субъектами туристической деятельности на протяжении последних десяти лет (за исключением 2004 г.) постоянно увеличивалась (рис. 2).

Следует отметить, что налоги следует использовать не только как источник пополнения бюджета, а также как важную составную финансового регулирования

экономики. Высокие ставки налогов на прибыль и добавленную стоимость сдерживают развитие предпринимательства в гостиничном хозяйстве, обуславливают рост цен, препятствуют усилиям предприятий обеспечить устойчивость и повышение рентабельности.

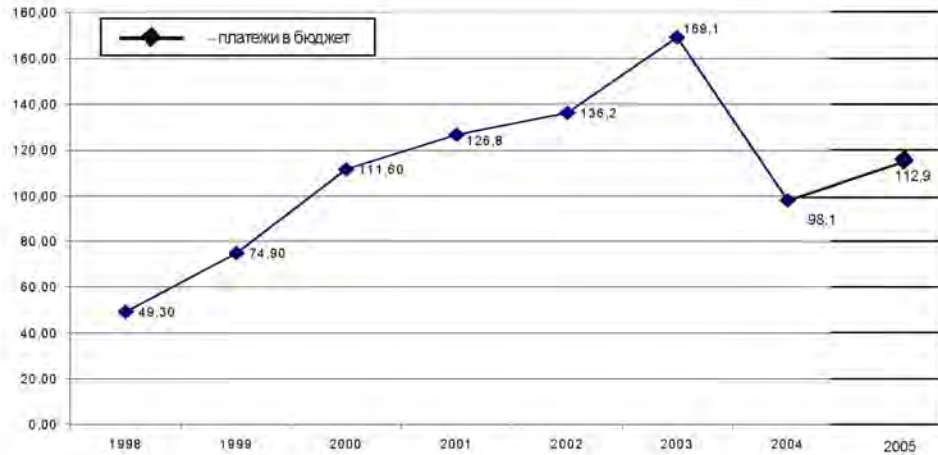


Рис. 2. Динамика платежей в бюджет субъектов туристической деятельности Украины за 1998–2005 гг. [4, с.56]

Существует определенный порог налогообложения для каждого конкретного условия развития. Например, в США законодательно установлен предельный уровень налоговой ставки на доходы предпринимателей, который составляет 34%, в Великобритании – 35%, Японии и Франции – 42%, Швеции – 52%, Германии – 53%. В Украине этот показатель составляет почти 85%. Такая политика ведет к ряду негативных последствий: уменьшению возможностей накопления средств с целью расширения производства, сокращению производственной деятельности и объемов налоговых поступлений, уходу капитала «в тень». Это утверждение базируется на известной теории американского экономиста Артура Лаффера, который обосновал прямую зависимость между прогрессивностью налогообложения и размером налоговых поступлений в бюджет, а, соответственно, размерами налоговых отчислений и экономической активностью предпринимателей, отобразив ее в виде так называемой кривой А. Лаффера [5].

Опыт рыночных стран показывает, что взимание у налогоплательщика до 30-40% его дохода – это та граница, за которой начинается уменьшение сбережений, а соответственно, и инвестиций в экономику. Если ставки налогов превышают 40-50% доходов, то это полностью лишает стимулов для предпринимательской инициативы и расширенного воспроизводства. Еще в 70-х годах XX ст. американский экономист Дж. Мардсен проанализировал связь экономического роста с уровнем налогов в двадцати странах. В десяти из них применялись высокие налоги, а в десяти – низкие. В странах с низкими налогами быстрее растут

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ**

занятость, капитальные вложения, производительность труда и в целом наблюдается более высокий уровень экономического роста [6].

Ныне ведущее место в структуре общегосударственных налогов и обязательных платежей, которые платят гостиничные предприятия, занимают налоги на добавленную стоимость (НДС) и прибыль.

Зарубежный опыт свидетельствует, что в странах-членах ЕЭС особое внимание уделяют разработке единой налоговой политики, которое бы стимулировало развитие предприятий в гостиничном секторе экономики. С этой целью применяют так называемое уменьшенный (в отличие от стандартного) размер НДС для большего количества предприятий. Размер его колеблется от 5,5% во Франции до 10% – в Ирландии. Однако высококатегорийные гостиницы, а именно люкс-отели, 4-х и 5-ти звездочные этот налог платят в большем, чем стандартный, размере, который колеблется в разных странах от 12% – в Испании до 22% – в Дании (табл. 2).

Таблица 2

Размеры налога на добавленную стоимость в отелях стран ЕЭС

Страна	Уменьшенный размер налога	Стандартный размер налога
Бельгия	6	...
Франция	5,5	18,6
Греция	6	...
Ирландия	10	...
Италия	9	19,0
Люксембург	6	...
Нидерланды	6	...
Португалия	8	...
Испания	6	12,0
Дания	...	22,0
Германия	...	14,0
Великобритания	...	15,0

Примечание. Таблица составлена по данным [7, с. 78].

Развивая основы государственной налоговой политики в сфере гостиничного хозяйства и туризма в Украине, считаем, что более целесообразным может быть дифференцированный и региональный подход к установлению ставки НДС для предприятий рекреационного комплекса разных регионов страны. Для предприятий, размещенных в регионах с развивающимися и интенсивными туристскими потоками, размер налога может быть более низким, чем стандартный. А для предприятий, расположенных в регионах с низким уровнем туристского спроса и достаточной степенью обеспечения населения гостиничными местами, он может быть более высоким.

Ярким примером подтверждения такого подхода может быть стимулирование развития гостиничного хозяйства в одном из регионов Украины – Закарпатской области. По обеспеченности местами на предприятиях гостиничного типа эта

область занимает предпоследнее место среди всех областей Украины – 1,9 места на 1000 человек населения (при нормативе 4,8 места, установленному еще в СССР). То есть для этой области, которая, входит в состав специальной экономической зоны, можно рекомендовать установить меньший размер НДС, а, возможно, на определенный период времени совсем освободить от него или от совокупности налогов.

Метод дифференциации размера НДС по отдельным регионам довольно широко применяют в США и европейских странах. При этом амплитуда колебаний НДС от стандартного ограничена жесткими границами: "+, – 2,5%" [7, с. 79].

Положительное решение вопроса относительно снижения размера НДС в гостиничной индустрии в ближайшей перспективе будет играть важную роль для обеспечения конкурентоспособности предприятий Украины на мировом рынке гостиничных услуг и, прежде всего, среди стран ЕЭС, Средиземноморья, Ближнего Востока – весомых туристских направлений для Украины.

Результаты анализа свидетельствуют (см. табл. 2), что в 9 из 12 стран ЕЭС применяют уменьшенный размер НДС, обеспечивающий снижение цен на услуги гостеприимности и, соответственно, повышение уровня их конкурентоспособности.

В некоторых странах Средиземноморья, например, на Кипре и Мальте, продукт гостеприимности не облагается НДС. В Тунисе размер этого налога составляет лишь 6%. В Израиле предприятия, которые принимают иностранных туристов, вообще не облагаются НДС. В Египте эта налоговая льгота распространяется на предприятия, которые обслуживают иностранных туристов в течение 10-ти лет.

Вопрос предоставления льгот относительно налога на добавленную стоимость для гостиничных предприятий, на наш взгляд, может решаться одновременно с другими предприятиями инфраструктуры гостиничного хозяйства и туризма, в том числе: транспорта, торговли и питания, бытового, культурно-массового и других видов обслуживания, которые обеспечивают комплексный продукт гостеприимства для туристов. Так, страны ЕЭС считают целесообразным использовать уменьшенный размер налога на добавленную стоимость в сфере ресторанного хозяйства (табл. 3).

Таблица 3

Размеры налога на добавленную стоимость в ресторанах стран ЕЭС

Страны	Уменьшенный размер налога	Стандартный размер налога
Греция	6	...
Ирландия	10	...
Италия	9	...
Люксембург	6	...
Нидерланды	6	18,5
Португалия	8	...
Испания	6	12,2
Бельгия	...	17
Дания	...	22

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ**

Продолжение таблицы 3

Франция	...	18,6
Германия	...	14
Великобритания	...	15

Примечание. Таблица составлена по данным [7, с. 79]

Как видно из приведенного (см. табл. 3), из 12 стран ЕЭС в 7 применяется уменьшенный размер НДС – от 6% в Греции и Испании, Нидерландах и Люксембурге, до 10% – в Ирландии, тогда как в Украине размер этого налога стандартный для всех видов предприятий ресторанного хозяйства.

Выводы. Анализ эффективности хозяйственной деятельности гостиничных предприятий показал наибольшую их результативность на крупных предприятиях. Однако наиболее приближены к потребителю МП, деятельность которых требует всесторонней поддержки со стороны государства. В частности, следует создать информационные рыночные центры на местах, которые обеспечивали бы различные предприятия необходимой информацией о спросе, конъюнктуре рынка, рыночных процессах и т.п.

Отсутствие рыночной информации, данных оперативного анализа и неумение постоянно увязывать коммерческие решения с конъюнктурой рынка снижают эффективность труда специалистов сферы обслуживания. Это особенно ярко проявляется в недостаточном внимании к работе по изучению и формированию спроса на услуги гостеприимства непосредственно на предприятии.

Необходимым является введение маркетинговых функций в обязанности персонала (или хотя бы их основных элементов) на каждом предприятии. Поскольку маркетинг является чисто рыночной концепцией управления коммерческой деятельностью предприятия, что позволяет наиболее гармонично сочетать рыночные интересы предприятия и потребителя. Развитие служб маркетинга сдерживается отсутствием средств на предприятии, специально подготовленных кадров и методических разработок, адаптированных к местным условиям.

Эффективная деятельность МП на уровне региона обеспечивает насыщенность рынка, высокий уровень удовлетворения спроса потребителей, развитие конкуренции в сфере обращения и потому должна быть зоной пристального внимания органов местного управления. Контроль по отдельным направлениям деятельности МП (цены, налоги, качество услуг), продвижение их продуктов на рынке осуществляется сегодня силами разобщенных, узковедомственных структур, что не позволяет получить целостной картины происходящих процессов, а, тем более, обеспечить комплексное управление ими. Такое положение требует разработки комплекса организационно-технических мер, направленных на решение проблем эффективного развития малого бизнеса, определения рычагов его интенсификации в приоритетных отраслях экономики страны и в отдельных регионах.

Список литературы

1. Чуриков Г. Возможно ли ускоренное развитие малого бизнеса в России? // Предпринимательство 2003. № 3. – С. 70-77.
2. Черноуцан Е. Франция: государство поддерживает малое и среднее предпринимательство // Проблемы теории и практики управления. – 1995. – №1. – С. 56–60.
3. Ткаченко Т.И. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
4. Василенко В.О., Ткаченко Т.И. Стратегічне управління підприємством: Навч. посіб. – Вид 2-ге, виправл. і доп. – К.: Центр навч. д-ри, 2004. – 400 с.
5. Туризм в Україні. Стат. зб-к. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2006. – 184 с.
6. Макконел К.Р., Брю С.А. Экономика: Принципы, проблемы и политика. В 2-х т. : Пер. с англ. Т. 1 – Баку: Изд-во «Азербайджан», 1992. – 399 с.
7. Степанян В. Реформирование налоговых систем: Опыт стран Балтии, России и других республик бывшего Советского Союза. – Минск: «ЭКОВЕСТ», Инст-т Исследовательского центра ИПМ, –№4, 2003, – С. 567-600 // www. research. by.
8. Требования к индустрии гостиниц, ресторанов и кафе в 1992 году. По материалам Белой книги ХОТРЕК" – М.: Центр. совет по туризму и экскурсиям. – Ин-т туризма, 1991. – 121 с.

Поступила в редакцию 29.05.2007 г.

Василенко В.О., Ткаченко Т.И. Організаційно-економічні особливості функціонування малих підприємств рекреаційної сфери // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2007. – Т. 20 (59). – № 1. – С. 37-46.

Виконано критичний аналіз проблем функціонування малих підприємств рекреаційної сфери в Україні й за рубежом. Розглянуто підходи до їхнього оподаткування й запропоновані заходи щодо підвищення ефективності роботи підприємств рекреаційної сфери

Ключові слова: малі підприємства, туризм, готельне господарство, особливості податкової політики, державна підтримка МП

Vasilenko V.A., Tkachenko T.I. Organisational and economical peculiarities of recreation sphere small enterprises' activity // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2007. – Vol. 20 (59). # 1. – P. 37-46.

The critical analysis of the problems of functioning of recreation sphere small enterprises in Ukraine and abroad. The approaches to their taxation are considered and the measures on effectiveness increase of the activity of recreation sphere small enterprise

Key words: small enterprises, tourism, hotel economy, tax policy, state support, small enterprise