

УДК 338.44

Ю.Ю. Колесникова, А.Б. Крутик

**ОЦЕНКА МУЛЬТИПЛИКАТИВНОГО ЭФФЕКТА ТУРИЗМА
И РАЗВИТИЕ ВЕНЧУРНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Iu.Iu. Kolesnikova, A.B. Krutik

**THE ESTIMATION OF THE MULTIPLIER EFFECT OF TOURISM
AND THE DEVELOPMENT OF VENTURE ENTREPRENEURSHIP**

Рассматриваются перспективы использования мультипликаторов туризма в качестве основных критериев оценки привлекательности инвестиционных проектов, а также направлений вложения венчурного капитала в туризме с целью повышения эффективности деятельности отрасли. Раскрывается сущность мультипликативного эффекта туризма и исследуются актуальность, особенности и возможные направления развития венчурного предпринимательства в туризме.

ТУРИЗМ. ВЕНЧУРНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. ВЕНЧУРНЫЙ КАПИТАЛ. ИННОВАЦИИ. МУЛЬТИПЛИКАТИВНЫЙ ЭФФЕКТ ТУРИЗМА.

Examined are possibilities of using multiplier tourism like one of the main criterion of investment projects' attraction and venture capital investment in tourism to improve tourism industry efficiency. Investigated are multiplier effect relevance, features and possible applications of venture capital in tourism.

TOURISM. VENTURE ENTERPRISE. VENTURE CAPITAL. INNOVATIONS. MULTIPLIER EFFECT IN TOURISM.

Туристские предприятия всегда были и сегодня являются активными сторонниками новых технологий. Современные достижения в области телекоммуникаций и электронного маркетинга обеспечивают новые возможности для туристского бизнеса и существенно воздействуют на его модели. Новейшие технологии способствуют внедрению е-туризма (e-tourism), е-путешествий (e-travel), туристских информационных систем [2].

Инновационный турбизнес, который можно определить как модель предпринимательской деятельности, которая сводится к созданию новшеств посредством использования новых сочетаний традиционных ресурсов, требует значительных инвестиций и несет в себе значительную долю риска, однако именно при таком ведении дел в данной сфере можно добиться высоких результатов и мировой известности своей торговой марки [4].

Немаловажным является вопрос финансового обеспечения инновационного предпринимательства в сфере туризма. Как правило, выделяют два основных типа финансирования – внешний и внутренний.

Учитывая высокую степень риска, под которую попадают привлекаемые в сферу инновационного предпринимательства инвестиции, стоит выделить следующие механизмы финансирования инновационных проектов: займы, выпуск обычных и привилегированных акций, банковские инвестиции, товарищества, частные вложения, венчурные предпринимательские структуры. Важно отметить, что индустрия венчурного предпринимательства является наиболее важной областью экономики; но не всегда достаточно интерпретируемой, поэтому для многих предпринимателей венчурный капитал выступает, пожалуй, одной из самых таинственных областей предпринимательского процесса [4, с. 182].

Венчурный капитал как альтернативный источник финансирования частного инновационного бизнеса зародился в США в середине 50-х гг. XX в., а затем распространился и в Европе. Венчурный капитал является одним из перспективных источников формирования инновационного потенциала, расширения предпринимательской инициативы и извлечения прибыли. Экономическая значимость неформальных инвесторов

венчурного капитала («бизнес-ангелов») выражается в поддержке венчурных фирм на ранних стадиях их развития, в динамичности и гибкости финансирования, одновременно включающего инвестиции в акционерный капитал, кредитные ресурсы или сочетание того и другого, в комплексной поддержке профинансированных фирм по развитию управления, маркетинговой стратегии, установлению контактов, в бизнес-планировании [1, 11].

Венчурный инвестор осуществляет инвестирование путем приобретения доли собственности предприятия, но не стремится взять в свои руки контроль над финансируемым предприятием. Приняв решение об инвестировании, венчурный инвестор будет стремиться поддерживать руководство фирмы, чтобы предприятие достигло успеха и вложенные средства вернулись с прибылью, что, безусловно, будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятия [8].

Относительно организации венчурного предпринимательства в туризме стоит отметить, что проблемой венчурного предпринимательства в туризме является нестабильность нормативно-правового обеспечения, отсутствие отраслевых документов, регламентирующих порядок венчурного финансирования инновационных туристских проектов.

Согласно адаптированной классификации Европейской ассоциации прямого и венчурного инвестирования (EVCA) туризм относится к группе отраслей для прямого и венчурного инвестирования, называемой «Потребительский рынок» наряду с такими видами экономической деятельности, как производство продуктов питания и напитков, торговые сети, досуг и развлечения, производство одежды, товары для дома. При этом часть смежных с ним отраслей (транспорт, консалтинг, страхование) входят в другие группы, что снижает объективность оценки эффективности инновационного развития данной отрасли экономики, а также усложняет сбор статистических данных.

На сегодняшний день не существует методики комплексной оценки эффективности инвестиционного потенциала предприятий туризма, которая позволяла бы четко определить видовой состав предприятий туризма интересных для

венчурного финансирования. Данная задача осложняется еще и широким разнообразием видов турбизнеса, представленных в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОКДП).

Производственный турбизнес представлен в ОКДП следующими видами деятельности: туроперейтинг, гостиничное обслуживание, предоставление услуг общественного питания, транспортное обслуживание, организация досуга, бизнес-обслуживание, оздоровительное, образовательное, спортивное и экскурсионное обслуживание туристов и др. Коммерция представлена в ОКДП, прежде всего, турагентской деятельностью, финансы – страхованием туристов, консалтинг – юридическим обслуживанием туристских организаций и туристов. Это далеко не полный перечень, так как турбизнес наряду с вышеназванными аспектами косвенно формируют предприятия городского транспорта, дорожные и городские коммунальные службы, организации связи, предприятия по производству товаров народного потребления и др. Одновременно на турбизнес оказывает существенное влияние некоммерческий сектор развития и поддержки туризма – общественные туристские организации и объединения, некоммерческие партнерства [3].

Многообразие видов деятельности, прямо и косвенно зависящих от туризма, указывает на необходимость ранжирования их по степени доходности и важности с точки зрения экономической выгоды не только для инвесторов, но и для региональных программ развития туризма в целом [13]. Осуществление данной задачи возможно благодаря расчету *мультипликаторов туризма*, под которыми чаще всего понимается отношение изменений одного из ключевых экономических показателей к изменению расходов туристов.

Мультипликативный эффект туризма – это его способность благодаря инициации спроса вызывать необходимость развития многих удовлетворяющих этот спрос производств на территориях, посещаемых туристами. Имеются в виду не только те организации, существование которых обусловлено работой непосредственно с туристами (туроператоры, турагенты), но и средства размещения, организации общественного питания, средства транспорта, музеи, театры, иные

объекты туристского показа, т. е. организации, которые в той или иной степени участвуют в обслуживании туристов [8].

По нашему мнению, развитие венчурного предпринимательства в сфере туризма непосредственно связано со своевременной и объективной оценкой мультипликативного эффекта туризма. При известном значении степени влияния туризма на тот или иной вид экономической деятельности, прямо или косвенно относящийся к туризму, становится возможным уменьшить коэффициент погрешности в оценке привлекательности инвестиционного проекта. Именно поэтому необходимо создать такую методику оценки мультипликативного эффекта туризма, которая стала бы основой для ранжирования венчурных проектов по степени важности для экономики (по разным экономическим показателям), по степени их инвестиционной привлекательности и, как следствие, по объему государственно-частного финансирования.

В настоящее время для различных отраслей экономики существуют модели и методы расчета обобщенного мультипликатора, разработанные Д. Кейнсом, П. Самуэльсоном, С. Фишером, Х. Рютгером, И. Криппендорфом, В. Арчером, С. Оуеном, Х. Клементом и др. Однако единой научно обоснованной теории и моделей расчета туристского мультипликатора пока не существует.

Учеными признается тот факт, что воздействие мультипликативного эффекта туризма, по сравнению с воздействием эффекта иных видов деятельности, наиболее значительно, так как он является исходным катализатором развития многих отраслей [5].

Туризм – это многопродуктивная индустрия, непосредственно связанная с большим числом секторов экономики, и следовательно, для расчета мультипликатора требуется большая база данных [1].

Рассмотрим ряд методик расчета мультипликатора туризма, получивших практическое применение на региональном уровне Российской Федерации.

Автором методики корреляционно-регрессионного анализа туризма как элемента оценки мультипликативного эффекта (на примере Кабардино-Балкарской Республики) является доктор

экономических наук, профессор Ростовского международного института экономики и управления Л.И. Муратова [6]. По ее мнению, функционирование туристско-рекреационного комплекса (ТРК) стимулирует рост разнообразных смежных отраслей, позволяя получить значительный мультипликативный (экономический и социальный) эффект, в рамках развития [6]:

- транспортной инфраструктуры (автомобильных и железных дорог, авиоперевозок);
- агропромышленного комплекса (сельского хозяйства, пищевой промышленности и общественного питания);
- информационно-телекоммуникационных систем, в том числе интернет-маркетинга, онлайн-бронирования, телефонной и мобильной связи и т. д.;
- оптовой и розничной торговли с целью обслуживания туристско-рекреационного комплекса и самих рекреантов;
- энергетических и коммунальных систем в связи с необходимостью качественного и бесперебойного обеспечения ТРК энергией и услугами;
- системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации профессиональных кадров на основе соответствующих образовательных учреждений.

На первом этапе исследования предлагается осуществлять динамический анализ уровней и структуры регионального туристско-рекреационного комплекса, других, логично связанных с ТРК, видов экономической деятельности.

Логика второго этапа заключается в изучении взаимосвязи туристско-рекреационного комплекса со смежными видами экономической деятельности, оценке уровня соответствия и выбора наиболее чувствительных к трансформациям ТРК структурных элементов региональной экономики.

Специфика третьего этапа определяется необходимостью изучения динамических закономерностей развития в регионе туристско-рекреационного комплекса и взаимосвязанной с ним системы других видов экономической деятельности.

На четвертом этапе расчетов осуществляются исследование и оценка взаимосвязи туристско-рекреационного комплекса с коррелирующей системой смежных видов экономической деятельности в региональной экономике.

Идеология пятого, заключительного, этапа обусловлена прогнозированием развития туристско-рекреационного комплекса и взаимосвязанной с ним системы других видов экономической деятельности, с оценкой мультипликативного эффекта, а также итоговой роли ТРК в регионе [6].

По мнению А.М. Трамовой, исследователя математического моделирования развития туризма в сфере услуг (преимущественно в Кабардино-Балкарской Республике), несмотря на сложность расчета мультипликативного эффекта туризма круг основных показателей, характеризующих экономический эффект от туристской индустрии, достаточно определен. По ее мнению, существует семь видов туристских мультипликаторов, которые могут быть рассчитаны для любой национальной экономики [12]: это мультипликаторы выпуска, продаж, дохода, занятости, заработной платы, государственных доходов, импорта [9].

Все виды мультипликаторов выражают положительную обратную связь на выходную величину управляемой системы.

Затраты туристов на приобретение услуг А.М. Трамова подразделяет на затраты до начала путешествия, в месте постоянного проживания туриста (покупка необходимых для поездки вещей, билетов, путевок), во время путешествия на текущее личное потребление, во время путешествия на будущее потребление в стране постоянного проживания (шопинговый туризм).

Последние две затраты (вывоз валюты) негативно сказываются на экономике страны постоянного проживания туриста.

Услуги, предоставляемые туристам, подразделяются на посреднические и информационные, получаемые в месте их постоянного проживания, транспортные, информационно-экскурсионные и другие, получаемые на маршруте во время путешествий, целевые (деловые встречи, развлечения, лечение и т. д., а также размещение, питание и др.), получаемые в туристических центрах, местах туристского назначения.

Составление модели и построение системы оценок выполняется, исходя из заданных критериев, для определения наиболее эффективного направления туруслуг.

Методика оценки совокупного дохода от туризма в региональной экономике позволяет рассчитать совокупный доход от туризма с учетом мультипликативного эффекта. Но она основывает-

ся на результатах, полученных при оценке прямого экономического эффекта от туризма. Поэтому эти два направления тесно взаимосвязаны и представляют собой единую методику оценки совокупного дохода от туризма в регионе, которая апробирована и используется в Республике Карелия [10].

Данная методика характеризуется универсальностью, поскольку она применима для любого региона, а также для сопоставлений уровня развития туризма. Она характеризует туристскую индустрию как участника национального и регионального воспроизводственного процесса. Поэтому в методике используются макроэкономические показатели: валовая продукция, валовой внутренний продукт (валовой региональный продукт) и валовой общественный продукт [10].

Воздействие туризма на развитие национальной (региональной) экономики определяется как сумма воздействий по всем уровням оборота средств, поступивших от туризма, по следующей формуле:

$$M = M_T + \sum_{i=1}^n M_i,$$

где M – прямой и косвенный экономический эффект, полученный от туризма; M_T – объем средств, вырученных от туризма на первом круге обращения средств, вошедший в ВВП (ВРП) (прямой экономический эффект от туризма); M_i – объем средств, вырученных на последующем i -м круге обращения средств, вырученных от туризма (косвенный экономический эффект от туризма); i – круг (шаг) обращения средств, вырученных от туризма, в экономике.

Данная методика может быть использована в двух направлениях:

- при оценке совокупного дохода от туризма в регионе (стране) и динамики его изменения по годам;
- при оценке экономического влияния (коэффициента мультипликатора) и совокупного дохода от конкретного вида туризма в регионе (стране).

В частности, в рамках первого направления представленная методика получила признание и используется в Республике Карелия при осуществлении мониторинга развития туризма и его бюджетной эффективности.

По нашему мнению, наряду с существующими моделями расчета обобщенного мультипликатора (и на их базе) следовало бы разработать методики учета косвенного влияния туризма

на ряд составляющих экономики и социальной сферы (дифференцированную модель мультипликатора). Следовало бы выделить вклад туризма:

- в создание валового внутреннего продукта;
- в экспортную составляющую платежного баланса;
- в создание дополнительных рабочих мест;
- в региональное развитие;
- в дополнительные доходы населения;
- в сопутствующие отрасли экономики (транспорт, связь и бытовое обслуживание, питание, индустрию развлечений) [5].

Учет косвенного влияния туризма через обобщенный и дифференцированный мультипликаторы возможен при предварительной разработке:

- концепции косвенного влияния туризма на экономическую и социальную сферы;
- математической модели обобщенного туристского мультипликатора;
- математической модели дифференцированного мультипликатора;
- методики учета расходов туристов;

– методики расчета туристского баланса в экспортно-импортных операциях;

- методики учета накоплений (сбережений) и утечки денежных средств;
- форм федерального статистического наблюдения за деятельностью туристских и связанных с туризмом организаций;
- форм статистического наблюдения за расходами туристов в регионе их пребывания в рамках принятой ВТО классификации туристских расходов;
- программного обеспечения учета косвенного влияния туризма для ЭВМ;
- проектов нормативно-правовых актов по внесению изменений и дополнений в действующую систему учета и отчетности, систему национальных счетов, бюджетную систему и т. д.;
- принятие и введение в действие данных нормативно-правовых актов в установленном порядке [5].

Все это, по нашему мнению, должно стать основой для развития венчурного предпринимательства в туризме и на региональном, и на общенациональном уровнях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Брялина, Г.И.** Особенности венчурного финансирования малого бизнеса в России [Электронный ресурс] / Г.И. Брялина. Режим доступа: <http://economics.open-mechanics.com/articles/380.pdf> (дата обращения: 15.12.2012).
2. **Горенбургов, М.А.** Организация венчурного предпринимательства в туризме [Текст] / М.А. Горенбургов, Ю.Ю. Колесникова, А.Б. Крутик // Проблемы современной экономики. 2013. № 2 (46). С. 279–282.
3. **Крутик, А.Б.** Анализ эволюционной теории предпринимательских начинаний [Текст] / А.Б. Крутик, А.В. Бабкин // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2011. № 6 (137). С. 184–187.
4. **Крутик, А.Б.** Управление инновациями в сервисе [Текст]: учеб. пособие (для магистров) / А.Б. Крутик. СПб.: Астерион, 2011.
5. **Крутик, А.Б.** Мультипликативный эффект в развитии теории туризма [Текст] / А.Б. Крутик // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2011. № 3(9). С. 29–38.
6. **Муратова, Л.И.** Туризм как стратегический мультипликатор экономического развития [Электронный ресурс] / Л.И. Муратова. Режим доступа: <http://www.uecs.ru/uecs-38-382012/item/1042-2012-02-16-08-41-18> (дата обращения: 12.06.2013).
7. **Папирян, Г.А.** Международные экономические отношения. Экономика туризма [Электронный ресурс] / Г.А. Папирян. Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/EkonTur3.htm (дата обращения: 23.07.2013).
8. Об утверждении Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс]: Приказ Ростуризма № 69 от 18.07.2007 г. Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=403761;dst=100141> (дата обращения: 23.07.2013).
9. **Розанова, Т.П.** Туристские услуги в системе потребительского рынка национальной экономики [Текст] / Т.П. Розанова. М.: Сходня, 1997.
10. **Савельев, Ю.В.** Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации Стратегии Республики Карелии [Текст] / Ю.В. Савельев, А.И. Шишкин, В.В. Громов, О.В. Толстогузов, В.В. Козырев; под ред. Ю.В. Савельева, А.И. Шишкина, В.В. Громова. Петрозаводск: Изд-во Карельского научного центра РАН, 2008.
11. **Пшеничников, Р.С.** Венчурное инвестирование в развитой экономике [Текст] / Р.С. Пшеничников // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2011. № 1. С. 133–136.

12. **Трамова, А.М.** Математическое моделирование развития туризма в сфере услуг [Электронный ресурс] / А.М. Трамова // Системотехника. 2010. № 8. Режим доступа: <http://systech.miem.edu.ru/2010/tramova.htm> (дата обращения: 14.06.2013)

13. **Карпова, Г.А.** Классификация в туризме: практика и методология. [Текст] / Г.А. Карпова, Л.В. Хорева // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2012. № 2. С. 64–69.

REFERENCES

1. **Brialina G.I.** Osobennosti venchurnogo finansirovaniia malogo biznesa v Rossii. URL: <http://economics.openmechanics.com/articles/380.pdf> (data obrashcheniia: 15.12.2012). (rus)

2. **Gorenburgov M.A., Kolesnikova, Iu.Iu., Krutik A.B.** Organizatsiia venchurnogo predprinimatel'stva v turizme. *Problemy sovremennoi ekonomiki*. 2013. № 2 (46). S. 279–282. (rus)

3. **Krutik A.B., Babkin A.V.** Analysis of the theory of entrepreneurship. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 2011, no. 6(137), pp. 184–187. (rus)

4. **Krutik A.B.** Upravlenie innovatsiiami v servise: uchebnoe posobie (dlia magistrrov). SPb.: Asterion, 2011. (rus)

5. **Krutik A.B.** Mul'tiplikativnyi effekt v razvitii teorii turizma. *Teoriia i praktika servisa: ekonomika, sotsial'naia sfera, tekhnologii*. 2011. № 3(9). S. 29–38. (rus)

6. **Muratova L.I.** Turizm kak strategicheskii mul'tiplikator ekonomicheskogo razvitiia. URL: <http://www.uecs.ru/uecs-38-382012/item/1042-2012-02-16-08-41-18> (data obrashcheniia: 12.06.2013) (rus)

7. **Papirian G.A.** Mezhdunarodnye ekonomicheskie otnosheniia. *Ekonomika turizma*. URL: http://tourlib.net/books_tourism/EkonTur3.htm (data obrashcheniia: 23.07.2013) (rus)

8. Prikaz Rosturizma no. 69 ot 18.07.2007 g. «Ob

utverzhenii Poriadka opredeleniia vnutrennego turistskogo potoka v Rossiiskoi Federatsii i o vklade turizma v ekonomiku sub"ektov Rossiiskoi Federatsii». URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=403761;dst=100141> (data obrashcheniia: 23.07.2013). (rus)

9. **Rožanova T.P.** Turistskie uslugi v sisteme potrebitel'skogo rynka natsional'noi ekonomiki. M.: Skhodnia, 1997. (rus)

10. **Savel'ev Iu.V., Shishkin A.I., Gromov V.V., Tolstoguzov O.V., Kozyrev V.V.** Upravlenie razvitiem turizma v regione. Opyt realizatsii Strategii Respubliki Karelii. Pod red. Iu.V. Savel'eva, A.I. Shishkina, V.V. Gromova. Petrozavodsk: Izd-vo Karelskogo nauchnogo tsentra RAN, 2008. (rus)

11. **Pshenichnikov R.S.** Venchurnoe investirovanie v razvitoi ekonomike. *Izvestiia Sankt-Peterburgskogo universiteta ekonomiki i finansov*. 2011. № 1. S. 133–136. (rus)

12. **Трамова А.М.** Математическое моделирование развития туризма в сфере услуг. *Системотехника*. 2010. № 8. URL: <http://systech.miem.edu.ru/2010/tramova.htm> (data obrashcheniia: 14.06.2013). (rus)

13. **Karpova G.A., Khoreva L.V.** Klassifikatsiia v turizme: praktika i metodologii. *Izvestiia Sankt-Peterburgskogo universiteta ekonomiki i finansov*. 2012. № 2. S. 64–69. (rus)

КОЛЕСНИКОВА Юлия Юрьевна – старший преподаватель кафедры «Гостиничный и ресторанный бизнес» Балтийской академии туризма и предпринимательства, кандидат экономических наук.

197110, ул. Петрозаводская, д. 13, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: koljulia@mail.ru

KOLESNIKOVA Iulia Iu. – The Baltic Academy For Tourism And Entrepreneurship.

197110, Petrozavodskaya str.13. St. Petersburg, Russia. E-mail: koljulia@mail.ru

КРУТИК Александр Борисович – профессор кафедры «Организация обслуживания населения» Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, заслуженный деятель науки РФ, почетный работник ВПО, доктор экономических наук.

192171, ул. Седова, д. 55/1, Санкт-Петербург, Россия.

KRUTIK Alexandr B. – Saint-Petersburg State University Of Service And Economics.

192171, Sedova str. 55/1. St. Petersburg, Russia.
