УДК 334.021

JEL J0, O16, Q16

DOI: 10.17213/2312-6469-2019-6-108-114

МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР СФЕРЫ ТУРИЗМА

© Л.С. Наместникова 2019

*Южно-Российский государственный политехнический университет
(НПИ) имени М.И. Платова, г. Новочеркасск, Россия*

В работе систематизированы и обобщены научные представления об эволюции экономических трактовок категорий «предпринимательство» и «механизм», рассмотрены теоретические аспекты анализа их содержания. Обосновано создание и внедрение модели организационно-экономического механизма развития предпринимательских структур в сфере туризма.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательские структуры, механизм, организационно-экономический механизм, туризм, сфера услуг.

MECHANISM OF DEVELOPMENT OF BUSINESS STRUCTURES SPHERE OF TOURISM

© L.C. Namestnikova 2019

*Platov South-Russian State Polytechnic University (NPI), Novocherkassk,
Russia*

The paper systematizes and summarizes scientific ideas about the evolution of economic interpretations of the categories "entrepreneurship" and "mechanism", and examines the theoretical aspects of the analysis of their content. The author substantiates the creation and implementation of a model of organizational and economic mechanism for the development of business structures in the tourism sector.

Keywords: entrepreneurship, business structures, mechanism, organizational and economic mechanism, tourism, service sector.

На современном этапе развития экономики Российской Федерации и общества предпринимательская деятельность является неотъемлемой составляющей. С точки зрения современных отечественных и зарубежных ученых Е.В. Беликовой, Ю.А. Золиной, Р. Коуза и Д. Норта предпринимательство рассматривается с позиции участника институциональной среды,

состоящей из формальных (законы, правила, нормы) и неформальных (традиции, привычки) взаимосвязей [1]. В исследовательских работах понятие «предпринимательство» рассматривается с разных сторон, так С.В. Соколова [2] понятие «предпринимательство» рассматривает как социально-экономический феномен, а Л.Е. Гудашова [3], как объект статистического учета. Иную точку относительно данного понятия имеет Т.А. Туренко [4], Г.В. Широкова и Е.Б. Гаффорова [5], по их мнению, предпринимательство – это бизнес-идея, возникающая при разного рода возможностях, окружающих предпринимателя, нацеленная на создание ценностей для общества.

По нашему мнению, предпринимательство обретает наиболее полное определение при учете специфики предмета деятельности. Стоит отметить, что в современных экономических условиях, предпринимательство является неотъемлемой составляющей большинства бизнес-структур. При этом значительная часть предпринимательских структур ориентируется на сферы с низкой фондоемкостью и высокой трудоемкостью где доходы традиционно высоки – в сфере услуг.

Туристская услуга исключением не является, вплоть до признания ее экономическим феноменом столетия (В.В. Лысенко, А.В. Кучумов, С.В. Гаврилова, А.Г. Томская, А.В. Дмитриев, А.В. Столяренко) [6, 7, 8]. Исследуя основы предпринимательской деятельности в сфере туризма, рассмотрим экономическую сущность, особенности развития и формирования предпринимательства в данной сфере, выделяя основные факторы развития. Согласно Ф.Котлеру, продукция разделяется на материальную (товары) и нематериальную (услуги), которые взаимодействуют между собой [9]. Обслуживание клиентов в любой сфере деятельности носит нематериальный характер, но без взаимосвязи с материальными объектами, посредством которых реализуется сервис, обслуживание становится невозможным.

Предпринимательство, направленное на оказание туристической услуги, имеет специфику, выражающуюся преимущественно в нематериальном обслуживании потребителей и неосвязаемости предоставляемого сервиса. Как правило, турпродукт не имеет материально-вещественной формы, при этом он требует затрат времени на его потребление, которое возможно только при личном присутствии туриста в месте предоставления туристских услуг. Необходимо учитывать, что предпринимательство в данной сфере предполагает отсутствие возможности создания, сохранения, а также накапливания запасов; отсутствие мобильности; одновременное производство и потребление турпродуктов; вынужденное обращение к фирмам-посредникам; неоднородность или изменение качества; многофункциональная направленность [10]. В туристической индустрии значительной является потребность в получении материальных условий. Экономическая сущность предпринимательства по оказанию туристических услуг формируются на основе их неосвязаемости конечного продукта, полезный эффект которого зависит от удовлетворенности туриста качеством данных услуг. Но стоит заметить,

что предприниматель туристической сферы рискует не соответствовать требованиям потребителя, в отличие, например, от правовых услуг, которые предоставляются четко по указанию и желанию получить конкретный результат заказчика [11].

При этом предпринимательская деятельность в индустрии туризма – это инициативная самостоятельная коммерческая деятельность, направленная на организацию индивидуальных или коллективных поездок на территорию, отличную от постоянного проживания выезжающих, продолжительностью от 12 часов до полугода в течение одного календарного года, и использующих комплементарные туристские продукты и предложения. Отличительной особенностью предпринимательства в сфере туризма от прочих сфер и отраслей экономики, является постоянная взаимосвязь с материальными объектами, характеризующаяся территориальной локацией.

Как следствие, предпринимательские структуры сферы туризма – это совокупность организаций материального производства и непроеизводственной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен благ, предоставляемых в виде нематериальных туристических услуг или деятельности, основанной на использовании материальных объектов, с целью наиболее полного удовлетворения потребностей туристов по перемещению, размещению, питанию, а также удовлетворению культурных, информационных, бытовых, спортивно-оздоровительных, религиозных потребностей.

К основным хозяйствующим субъектам экономической деятельности сферы туризма, образующих предпринимательские структуры, можно отнести: турагентства, туроператоры, объекты размещения, транспортные компании, организации, производящие и реализующие сувенирную продукцию, маркетинговые службы и др. прямым или косвенным образом связанные с туристическим потоком.

Сложность структуры современной предпринимательской деятельности определяет многообразие аспектов и критериев формирования экономических отношений, процессов и явлений, эффективная деятельность которых происходит под влиянием конкретного вида механизма. Само понятие «механизм» («mechanism») в экономической теории было введено в 60-х годах прошлого века ученым Лео Гурвицем [12], с целью комплексного описания производственных и социальных процессов, а также их взаимосвязей и взаимодействий при помощи разнообразных методов и инструментов, как составных частей самого механизма, которые и легли в основу теории экономических механизмов [13].

В работе Л.И. Абалкина [13] определение «механизма» включает в себя весьма обширные характеристики экономического и организационного процессов, основными элементами которых являются: организация, взаимодействие, планирование и управление общественным производством, а также определенный порядок организации совместной деятельности людей [15].

Наиболее детальное представление понятия «механизм» представлено в работе И.С. Авериной [14]. Автор понимает, что за последние полвека произошла эволюция (дифференциация, повышение уровня организации, усложнение, разносторонность направлений) сущности данного понятия и появилась необходимость в разделении сложной структуры на типы по сфере применения, по функциям, по системам, а также ориентируясь на динамику формирования, развития, изменений и адаптации.

В исследовании М.П. Логинова [16] выделено 5 научных подходов к формированию экономических механизмов: структурный; информационный; функциональный; комбинированный; кибернетический. Автор также определяет и обосновывает свойства и формирует классификацию данных механизмов.

В зависимости от направления экономического исследования оперируют такие виды механизмов как «хозяйственный механизм», «экономический механизм», «механизм управления», «организационный механизм», «организационно-экономический механизм». Особой популярностью понятие «хозяйственный механизм» пользовалось в более раннем историческом периоде с целью отражения сущности разного рода процессов и явлений на макроуровне. Наиболее современное представление о данном понятии представлено в работах О.В. Иншакова и нобелевских лауреатов Л. Гурвича, Р. Майерсона и Э. Маскина [17]. Согласно их представлениям, хозяйственный механизм представляет собой систему субъектно-объектных трансформаций взаимоотношений одного уровня, типа и вида организации, функционирования и генезиса хозяйствования в другой, приводящую к максимально эффективной реализации его целевой функции, при условии наличия достаточного количества ресурсов [17].

Механизм управления, согласно Гринь А.М., представляет собой модель, включающую в себя набор методов, инструментов, информационного и правового обеспечения, оказывающих прямое и косвенное влияние на объект управления и, как следствие, приводящих к эффективному функционированию и динамичному развитию предприятия [15].

По мнению В.О. Федоровича, понятие «организационно-экономический механизм» представляет собой систему взаимосвязанных элементов (измеряемых) экономических, организационных и технических (при наличии) подсистем более низкого уровня. При этом общая система имеет иерархическую структуру, где каждая подсистема является начальным ресурсом для более высокой ступени структуры [18]. Одной из самых распространенных вариантов моделей построения организационного-экономического механизма является схема процесса функционирования С.А. Белякова [12]. Стоит отметить, что автор не дал строго формализованного понятия, однако включил в содержание важнейшие условия функционирования механизма: способность устойчивого развития любой системы; возможность измерения внутренних связей.

В трудах В.Р. Боева, Г.В. Астаповой, В.В. Попова, В.З. Мазлоева организационно-экономический механизм представлен как совокупность взаимосвязанных экономических рычагов и методов воздействия на деятельность предпринимательских субъектов с целью обеспечения желаемого пути развития, который функционирует в границах фундаментальных связей, отображающих природу его структуры [12, 19, 20].

По мнению И.В. Жуковой, Т.А. Кравцовой, Э.Т. Шахиевой данное понятие является лишь составной частью аппарата управления, включает в себя совокупность организационных, административно-правовых, информационных методов, приемов и правил, основной целью которых является оказание положительного влияния на объект управления [12, 21].

Таким образом, можно отметить, что понятие «механизм» имеет широкое распространение в экономике и обозначает общие закономерности протекания процессов, например, своды правил и норм, полученные как с помощью последовательности логических умозаключений, так и выведенные на основании эмпирических наблюдений. Исследуя масштаб применения выявленных закономерностей, здесь можно наблюдать весьма обширный интервал от глобальных систем развития до сравнительно небольших моделей, объясняющих частные явления. Однако, в данных определениях уделено внимание связям и инструментам управления без учета предпринимательской инициативы, трудовых и финансовых ресурсов, особенностей осуществления деятельности в динамично меняющемся хозяйственном мире в условиях четвертой промышленной революции, с учетом связей с социальными аспектами и конечным потребителем.

В процессе исследования установлено, что в настоящее время для предпринимательских структур, осуществляющих свою деятельность в сфере туризма, недостаточным является использование подходов авторов, определяющих механизм как совокупность «...организационных, административно-правовых, информационных методов, приемов и правил...» [12, 21] или как «...совокупность взаимосвязанных экономических рычагов и методов воздействия на деятельность предпринимательских субъектов...» [12, 19, 20].

В современных условиях наблюдается реальное противоречие в структуре знания: между коммерческими интересами заказчика проекта и социальными интересами общества в целом при создании и предложении турпродуктов; между имеющимися знаниями о методах и инструментах, и реальными инструментами четвертой промышленной революции; между состоянием знания о специализированной экономической системе на начальных этапах проектирования (включая возникновение замысла новой системы) и состоянием такого знания в периоды функционирования системы, которая в настоящее время принимает вид биоэкосистемы. Решение этой проблемы (приближение к решению) может быть достигнуто при по-

становке задач создания модели организационно-экономического механизма развития предпринимательских структур на основе социальных целей, ценностных ориентиров, инструментария, современных тенденций глобализации и идей четвертой промышленной революции, их трансформирования в характеристики, на основе которых формируются управленческие решения, в том числе на примере сферы туризма.

Литература

1. Беликова Е.В., Золина Ю.А. Проблемы определения термина «Предпринимательская деятельность» // Символ науки. – 2016. – № 2-2. – С. 110-112.
2. Соколова С.В. Предпринимательские риски в сфере услуг // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2012. Т. 6. № 1. – С. 96-106.
3. Гудашова Л.Е. Предпринимательство в России: проблемы и особенности // Современная конкуренция. 2013. № 2 (38). – С. 39-45.
4. Туренко Т.А. Малое предпринимательство и его роль в устойчивом развитии экономики // Baikal Research Journal. 2010. № 5. – С. 223-227.
5. Широкова Г.В., Гаффорова Е.Б. Предпринимательство как драйвер экономического развития // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2016. – № 4 (80). – С. 120-123.
6. Гаврилова С.В., Томская А.Г., Дмитриев А.В. Организация туристского и гостиничного бизнеса. – М.: ЕАОИ, 2011. – 358 с.
7. Столяренко А.В. Структура организационно-экономического механизма функционирования санаторно-курортного предприятия // Бизнес-информ. – 2013. – № 1. – С. 235-238.
8. Кучумов А.В. Безопасность в туризме: новые задачи для Малайзии // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2018. №. 2 (44). – С. 88-90.
9. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс курс. 3-е изд./пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2010. – С. 410.
10. Нюренбергер Л.Б., Архипов А.Е. Маркетинг туристских услуг: сущностные и функциональные особенности // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2011. Т. 76. № 2. – С. 124-128.
11. Шестаков А.А. Стратегический подход к развитию туристического сектора северного региона (на примере Магаданской области) // Известия Байкальского государственного университета. 2006. № 3. – С. 50-52.
12. Прокофьева Т.Ю. Соотношение понятий «Экономический механизм» и «Организационно-экономический механизм» // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2017. № 1. – С. 21-26.
13. Абалкин Л.И. Избранные труды. В 4-х тт. Т. II. На пути к реформе. Хозяйственный механизм развитого социалистического общества. Новый тип экономического мышления. Перестройка: пути и проблемы. – М.: Экономика. 2000.
14. Аверина И.С. Эволюция и классификация феномена «хозяйственный механизм» // Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Экология. – 2012. – № 2.
15. Холодкова К.С. Анализ подходов к определению сущности организационно-экономического механизма управления // Современные научные исследования и инновации. 2016. – № 5.
16. Логинов М.П., Муринович А.А. Формирование механизмов управления региональными проектами в России (кибернетический подход) // Региональная экономика: теория и практика. 2017. Т. 15. № 4 (439). – С. 644-657.

17. Яньшина М.Н. Трактовка понятия «Хозяйственный механизм» в современной экономической теории // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2011. Т. 63. № 9. – С. 97-100.
18. Федорович В.О. Состав и структура организационно-экономического механизма управления собственностью крупных промышленных корпоративных образований // SAFBD.RU: Сибирская академия финансов и банковского дела. 2012.
19. Мазлов В.З. Механизмы институциональных преобразований агропромышленных объединений // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2005. – № 7. – С. 37–40.
20. Аржанцев С.А., Писарев С.Л., Колязина Е.В., Фролова А.А. Теоретические аспекты формирования организационно-экономического механизма АПК: сущность и содержание // Молодой ученый. – 2017. – № 11. – С. 176-178.
21. Жукова И.В. Сущность и содержание организационно-экономического механизма управления горнодобывающей промышленностью // Власть и управление на востоке России. – 2010. – № 4. – С. 43-49.

Поступила в редакцию

13.12.2019

Наместникова Лариса – аспирант факультета «Инноватика и организация производства» Южно-Российского государственного политехнического университета (НПИ) имени М.И. Платова, г. Новочеркасск, Россия.

Namestnikova Larisa – Candidaite of Science Degree, Postgraduate of Faculty of Innovation and Production Organization, Platov South-Russian State Polytechnical University (NPI), Novocherkassk, Russia

Россия, 346428, г. Новочеркасск, ул. Просвещения, 132
132, st. Prosveshcheniya, Novocherkassk, 346428, Russia
e-mail: larisa-namestnikova@mail.ru