

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КРЕДИТОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ ТУРИСТСКОГО РЫНКА**Матвей Сергеевич ОБОРИН^{а*}, Тамара Александровна НАГОЕВА^б**

^а доктор экономических наук, профессор кафедры экономического анализа и статистики, Пермский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Пермь, Российская Федерация
resreachin@rambler.ru

^б старший преподаватель кафедры экономического анализа и статистики, Пермский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Пермь, Российская Федерация
nagoeva.ta@mail.ru

* Ответственный автор

История статьи:

Получена 07.08.2017

Получена в доработанном виде 27.09.2017

Одобрена 23.10.2017

Доступна онлайн 29.11.2017

УДК 336.64, 336.77.067,
658.86/.87

JEL: G21, G32

Ключевые слова:

внутренний туризм, банковское кредитование, микропредприятие туристского рынка, потребитель, турпродукт

Аннотация

Предмет. Теоретические и практические аспекты организации банковского кредитования субъектов туристского рынка в Российской Федерации и за рубежом. Тему исследования можно считать актуальной за счет растущего интереса субъектов туристского рынка к банковскому финансированию, вызванному изменениями экономической ситуации в стране, в частности в связи с отсутствием доступных кредитных продуктов для микропредприятий сферы туризма, чья деятельность подвержена влиянию фактора сезонности, и с одновременным ростом стоимости турпродукта при снижении реальных доходов населения.

Цели. Анализ организации банковского кредитования субъектов туристского рынка в России и за рубежом в контексте развития туристской индустрии. Формулирование проблем и определение путей совершенствования кредитования микропредприятий туризма и потребителей турпродуктов.

Методология. Исследование базируется на результатах анализа научных трудов в области банковской деятельности, а также трудов, посвященных финансированию предприятий туризма. Статистической обработке подвергнут значительный объем данных, характеризующих состояние туристского рынка и рынка банковского кредитования России.

Результаты. Полученные результаты подтверждают необходимость развития банковского кредитования, как предприятий туристской индустрии, так и потребителей, приобретающих турпродукт. Рассмотрена роль банковского кредитования в развитии внутреннего туризма в Российской Федерации, возможность усовершенствования процесса выдачи кредитов субъектам индустрии, с учетом передового зарубежного опыта. Предлагаются направления совершенствования кредитования микропредприятий туризма и потребителей турпродуктов.

Выводы. В целях роста эффективности банковского кредитования субъектов туристского рынка необходимо повысить доступность кредитов для микропредприятий туристской индустрии, активизировать банкам сотрудничество с туроператорами и турагентами.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2017

Для цитирования: Оборин М.С., Нагоева Т.А. Направления развития кредитования субъектов туристского рынка // *Финансы и кредит*. – 2017. – Т. 23, № 44. – С. 2646 – 2662.
<https://doi.org/10.24891/fc.23.44.2646>

Введение

Современное состояние туристского рынка России можно охарактеризовать как с положительной стороны за счет растущих количественных и качественных показателей,

так и с отрицательной – в связи с наличием проблем инфраструктурного, финансового, нормативно-правового характера. Данные, представленные Федеральным агентством по туризму в РФ, подтверждают, что тренд роста

внутреннего туризма сохранится на протяжении 2017 г. Об этом свидетельствуют рост количества туристов из других стран в 2016 г. на 10% по сравнению с предыдущим годом и положительная динамика внутреннего турпотока отдыхающих. Традиционно в нашу страну в большом количестве приезжают туристы из КНР, которые пользуются групповым безвизовым режимом между странами. Иностранцам интересны не только популярные маршруты по таким городам, как Москва и Санкт-Петербург, но и регионы, в которых развит культурно-событийный и лечебно-оздоровительный туризм. При сравнении показателей туризма в экономике стран мира и Российской Федерации, необходимо отметить, что отечественные показатели значительно ниже среднемирового уровня. В 2015 г. прямой вклад туризма в ВВП составил 1,5% или 17,9 млрд долл. США, а общий вклад – 5,7% ВВП. По данным показателям РФ занимает 173-е и 150-е места в мире соответственно¹.

В числе проблем туристической индустрии по-прежнему отсутствие или удовлетворительное состояние инфраструктуры в традиционных туристско-рекреационных местностях, низкий уровень квалификации персонала отрасли, несовершенство нормативно-правовой базы по регулированию взаимоотношений субъектов рынка, высокая потребность в инвестиционных ресурсах и т.д.

В рамках данного исследования будет рассмотрена эффективность существующей организации российского банковского кредитования субъектов туристского рынка как источника финансовых ресурсов для предприятий и как средства приобретения туристической путевки для отдыхающих.

Банковское кредитование субъектов туристского рынка: роль, задачи, направления

Вопросам организации эффективного кредитования субъектов туристского рынка

¹ Системы статистического учета въездного туризма: барьеры развития отрасли // Бюллетень о развитии конкуренции № 17 (март 2017). Аналитический центр при Правительстве РФ. URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/12533.pdf>

посвящены работы отечественных и зарубежных авторов: А.А. Бакановой, К.С. Захарова [1], Н.А. Зайцевой [2], Е.В. Киселевой [3], М.А. Кривули², Н.Г. Новиковой [4], К.А. Лебедева, О.Е. Лебедевой [5], А.В. Суворова [6], С.В. Федоровой³, А.А. Козыбагаров [7], В. McKercher, Н. Du Cros [8], М.А. Булаева [9] и др.

Объединение турфирм и кредитных организаций в форме стратегического альянса, цель которого – стимулирование потребителей к приобретению пакета услуг участников, является предметом исследования Н.А. Зайцевой и А.В. Суворова.

Роль кредитных институтов в процессе инвестиционной деятельности в сфере туризма отражена в работах М.А. Кривули⁴, С.В. Федоровой⁵.

На основе анализа зарубежного опыта инвестирования в туристскую отрасль А.А. Козыбагаров [7] определил ряд наиболее эффективных инструментов, в том числе кредитование субъектов туристической индустрии, которое в комплексе с другими инструментами позволит обеспечить устойчивое развитие туристической сферы.

Кредитная организация является неотъемлемой частью инфраструктурного блока туристского рынка, ее взаимодействие с предприятиями рынка и потребителями услуг обеспечивается за счет проведения инвестиционных, расчетных и кредитных операций.

² Кривуля М.А. Механизм стимулирования инвестиционной деятельности в сфере туризма // Вестник Северо-Восточного государственного университета. 2011. Т. 15. № 15. С. 135–139.

³ Федорова С.В. Финансовые отношения в туризме // Сборник материалов V Международной научно-практической конференции «Архитектура финансов: стратегия взаимодействия финансового и реального секторов экономики». СПб: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2014. С. 403–406.

⁴ Кривуля М.А. Механизм стимулирования инвестиционной деятельности в сфере туризма // Вестник Северо-Восточного государственного университета. 2011. Т. 15. № 15. С. 135–139.

⁵ Федорова С.В. Финансовые отношения в туризме // Сборник материалов V Международной научно-практической конференции «Архитектура финансов: стратегия взаимодействия финансового и реального секторов экономики». СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2014. С. 403–406.

В качестве первого направления в исследовании проведено изучение специфики кредитования предприятий туристической индустрии. В России подобное кредитование, как правило, осуществляется в рамках разработанных программ корпоративного банковского кредитования. Специфика любой программы зависит от финансовых возможностей банков и целей кредитования.

В перечень субъектов туристического рынка, чья деятельность непосредственно связана с оказанием туристических услуг, входят: гостиничные предприятия, турагенты, предприятия общественного питания, предприятия, предоставляющие услуги по экскурсионному и техническому сопровождению и т.д. Потребитель туристических услуг как субъект туристического рынка создает условия для развития рынка за счет формирования потребности. На определенном этапе субъекты сталкиваются с проблемой дефицита финансовых ресурсов, решить которую способно банковское кредитование.

В числе предприятий, ведущих свою работу по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта, присутствует значительная доля субъектов, которые в соответствии с действующим законодательством относятся к категории микропредприятий⁶. Так, в 2016 г. доля микропредприятий в общем количестве малых предприятий составила 96,13%, а доля в объеме выручки – 73,84%, при этом численность работников данных предприятий по сравнению с 2015 г. возросла и составила 63 934 чел. (64,72%)⁷. Доля микропредприятий, чья деятельность непосредственно связана с организацией отдыха и развлечений, составляет от 50 до 57%. Большинство микропредприятий в качестве организационно-правовой формы ведения бизнеса выбирают оформление индивидуального предпринимательства. Преференции для данной категории состоят в следующем:

- возможность применения упрощенной формы ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности;
- использование упрощенного порядка проведения кассовых операций;
- применение пониженных налоговых ставок в рамках специального налогового режима «Упрощенная система налогообложения»;
- возможность привлечения финансовых ресурсов в рамках федеральных и региональных целевых программ по поддержке малого предпринимательства.

В процессе банковского кредитования рассматриваемая категория хозяйствующих субъектов сталкивается с рядом проблем:

- из-за отсутствия полноценной финансовой отчетности и так как большинство банков используют методы оценки ликвидности, финансовой устойчивости, кредитная организация не может объективно определить кредитоспособность микропредприятия;
- степень кредитного риска банка при кредитовании микропредприятий – индивидуального предпринимательства выше, чем у категории заемщиков малого и среднего бизнеса, являющихся обществами с ограниченной ответственностью;
- при проведении корпоративного кредитования банки также обращают внимание на состояние расчетного счета предприятия – потенциального заемщика, чем выше остаток средств, тем более высока вероятность одобрения кредита;
- разработанные банком корпоративные кредитные продукты в большинстве случаев не включают категорию заемщиков «микропредприятия», что вынуждает их пользоваться программами потребительского кредитования, условия которых менее выгодны.

Одним из существенных условий при выборе кредитного продукта микропредприятием является размер процентной ставки. На *рис. 1* представлена динамика среднерыночных процентных ставок по кредитам,

⁶ Статья 4 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

⁷ Центральная база статистических данных Федеральной службы государственной статистики РФ.
URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/inst-preob/tab-mal_pr_m.htm

предлагаемым банками РФ по состоянию на 31.12.2016.

Согласно *рис. 1*, составленному на основе статистических данных Банка России о процентных ставках (в зависимости от срочности погашения), можно сделать вывод о том, что банковские организации весьма гибко подходят к формированию собственной кредитной политики в направлении корпоративного кредитования. Значения процентных ставок по потребительским кредитам по состоянию на 31.12.2016 существенным образом превышают уровень процентной ставки по корпоративному кредитованию, однако, если сравнить их значение с предельно допустимым, которое ежеквартально устанавливает Банк России, то их уровень ниже на несколько процентных пунктов [8]. В сравнении с предыдущим 2015 г. отмечается динамика незначительного снижения всех процентных ставок, что свидетельствует о положительной ситуации в сфере банковского корпоративного и потребительского кредитования.

Микропредприятия туристической индустрии в рамках своей деятельности имеют высокую зависимость от фактора сезонности спроса на их услуги, поэтому их финансовые показатели при рассмотрении в рамках кредитной заявки большинством кредитных организаций оцениваются как неудовлетворительные, либо не соответствующие параметрам рейтинговой оценки кредитоспособности, которая предполагает использование сравнительного и эвристического методов экономического анализа.

Ресурсная и организационная ограниченность микропредприятий туризма в условиях необходимости привлечения заемного капитала позволяет им рассчитывать лишь на потребительский кредит, который при этом может включать дополнительные условия по обеспечению кредита (залог, договор поручительства). С учетом того факта, что к данной группе предприятий чаще всего относятся турагенты, которые не производят турпродукт и, следовательно, не имеют возможности воздействовать на спрос туристических услуг, обеспечить своевременное

выполнение обязательств перед банком по потребительскому кредиту достаточно сложно.

Анализ зарубежного опыта кредитования субъектов малого бизнеса в туристической индустрии на основе данных Всемирной туристической организации⁸ позволил выявить следующие тенденции:

- уменьшение стоимости кредитных ресурсов может быть достигнуто при предоставлении налоговых льгот банкам, кредитующим предприятия малого бизнеса на условиях выгодных последним;
- создание межстранового синдиката коммерческих предприятий, ориентированных на поддержку предприятий туристической индустрии, в том числе банков (опыт стран Европейского союза);
- предоставление правительственных гарантий банкам, которые готовы финансировать деятельность предприятий малого бизнеса через специальные государственные фонды.

Вторым направлением данного исследования является изучение организации процесса кредитования потребителей (физических лиц) услуг. Необходимость разработки и реализации банковских программ по кредитованию туристических программ обоснована:

- ростом спроса со стороны потребителей;
- положительной динамикой показателей внутреннего и выездного туризма;
- ростом стоимости туристических путевок за счет роста таких компонентов, как проживание, питание, дополнительные услуги.

Последнее утверждение сформулировано на базе результатов анализа динамики индекса цен на туристические услуги и динамики уровня доходов населения (*табл. 1*).

На основании данных, приведенных в *табл. 1*, можно сделать следующие выводы:

- по сравнению с 2011 г. на протяжении пяти лет отмечена неоднозначная динамика

⁸ World Tourism Organization URL: <http://www2.unwto.org>

индекса потребительских цен на компоненты туристской услуги;

- стоимость услуг по организации комплексного отдыха в 2013–2015 гг. увеличивалась, максимальное значение индекса было достигнуто в 2014 г.;
- с 2014 г. стоимость санаторно-курортных услуг возрастала по сравнению с 2011 г. в среднем на 4,03%;
- стоимость пассажирских перевозок автомобильным и железнодорожным транспортом внутри страны за счет применения государственных программ по субсидированию части стоимости по некоторым видам перевозок по сравнению с 2011 г. снижалась;
- меры господдержки отечественных авиаперевозчиков по субсидированию части стоимости авиабилетов для определенных категорий граждан на протяжении пяти лет оказались не эффективными с точки зрения сдерживания конечной стоимости для потребителя, вследствие чего средний темп роста индекса цен составил 6,2%;
- темп роста реальных располагаемых денежных доходов по Российской Федерации начиная с 2014 г. не превысил 100%.

Наглядное изменение индекса цен на услуги и темпа роста реальных располагаемых денежных доходов представлено на *рис. 2*.

Индексы потребительских цен по ряду компонентов туристских услуг на протяжении пяти лет превышают темп роста реальных располагаемых денежных доходов, это приводит к снижению доступности турпродуктов для населения, и следовательно, к снижению спроса и доходов туристских предприятий. Снижение темпа роста реальных располагаемых денежных доходов населения РФ является предпосылкой к поиску инструментов, позволяющих приобрести турпродукт. Таким инструментом является оформление кредита на часть стоимости турпродукта.

Кредитование российскими банками потребителей туристских услуг осуществляется по двум направлениям: рассмотрение заявки и выдача кредита непосредственно в банке; рассмотрение заявки и продажа турпродукта в кредит непосредственно у туроператора или турагента (POS-кредитование). Этапы проведения операции по кредитованию для каждого участника кредитной операции представлены в *табл. 2*.

Укрупненно схема проведения операции по кредитованию включает три этапа. Преимуществом кредитования по второму направлению является то, что клиенту оказывается услуга по подбору турпродукта и вариантов его оплаты непосредственно в месте продажи турпродукта, таким образом, услуга турагентом оказывается комплексно. В качестве недостатков кредитования с привлечением турагента-партнера является следующее:

- отсутствие возможности у кредитной организации проверить объективность данных, приведенных в заявке на получение кредита, и, как следствие, возникновение кредитного риска;
- для клиента выбор условий кредитования является минимальным, так как существует ограниченное количество банков, готовых проводить операции POS-кредитования;
- в связи с наличием существенного кредитного риска банки вынуждены устанавливать высокое значение процентной ставки, что может быть не выгодным клиенту при покупке турпродукта в кредит у компании-партнера.

В перечень преимуществ проведения операции по кредитованию в рамках первого направления следует включить:

- возможность самостоятельного выбора клиентом кредитной организации и соответственно условий кредитования;
- банковская организация при подаче заявки заемщиком может более объективно оценить его кредитоспособность и выработать условия максимально выгодные и клиенту и банку.

Практика зарубежного кредитования потребителей туристских услуг в экономически развитых странах [6, 7, 9–14] отличается от современной российской практики следующим:

- объем операций банков без привлечения турагентов/туроператоров по кредитованию потребителей является незначительным;
- доступность потребительского кредитования можно назвать высокой за счет низкой стоимости кредитных ресурсов, так как уровень максимальной процентной ставки (к примеру, в странах ЕС – 6% годовых) законодательно ограничен;
- в процессе путешествий турист использует кредитную карту, по которой не предусмотрено ограничений по целям использования средств и которая может быть получена им заранее до путешествия.

Альтернативой банковским продуктам по кредитованию приобретения турпродуктов является потребительское кредитование без указания цели. Согласно ст. 3. Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» кредитором может быть предоставляющая или предоставившая потребительский кредит кредитная организация, предоставляющие или предоставившие потребительский заем кредитная организация и некредитная финансовая организация, которые осуществляют профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов, а также лицо, получившее право требования к заемщику по договору потребительского кредита (займа) в порядке уступки, универсального правопреемства или при обращении взыскания на имущество правообладателя⁹. Динамика потребительского кредитования приведена в *табл. 3*.

На основе анализа данных *табл. 3* было выявлено:

- темп прироста суммарной задолженности выданным кредитам в течение семи месяцев по отношению к показателю декабря 2015 г.

⁹ Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)».

снижался, это свидетельствует о низкой кредитной активности граждан. Если рассматривать указанный показатель в отношении данных предшествующих месяцев, то рост отмечается с мая по декабрь, но значение не превышает 1%;

- объем выданных кредитов, по которым срок платежа наступил, на протяжении всего года имеет неоднозначную тенденцию, однако в месяцы, традиционно пользующиеся интересом у граждан для отдыха, имеет положительную динамику, так, в мае, августе и декабре среднее значение темпа прироста в отношении предыдущего показателя составило – 4,37%;
- потребительские кредиты без указания цели в общем объеме выданных кредитов, по которым наступил срок оплаты, стабильно колеблются в диапазоне от 77% до 80%;
- темп прироста выданных потребительских кредитов по отношению к показателю декабря 2015 г. имеет негативную тенденцию снижения в среднем на 17,62%;
- динамика в период сезонности спроса на турпродукты по предоставленным потребительским кредитам без указания цели является положительной лишь в мае, августе, октябре и декабре 2016 г.;
- по сравнению с декабрем 2015 г. постепенно снижается сумма просроченной задолженности по кредитам, в том числе по потребительским кредитам без указания цели. Данный факт свидетельствует о повышении платежной дисциплины заемщиков.

Таким образом, подводя итог анализа динамики потребительского кредитования в 2016 г., стоит отметить повышение интереса у россиян к потребительским кредитам без указания цели в период сезона отпусков (апрель–октябрь, декабрь), при этом резкого увеличения просроченной задолженности по данным кредитам на протяжении всего периода не наблюдается.

По разным оценкам [12, 15–18] на долю потребительских кредитов, выдаваемых

банками России на приобретение турпродукта или оплату отдыха приходится от 5% до 7% всех займов. Низкий уровень можно объяснить следующим:

- консервативностью взглядов потребителей в отношении кредита именно на отдых, поскольку, в отличие от кредита на приобретение какого-либо товара, при кредитовании приобретения турпродукта практически не остается вещественных доказательств;
- монетарными причинами, повлиявшими на стоимость турпродукта, если турист планировал выезд за рубеж;
- ограниченностью информации о возможности приобрести турпродукт в кредит;
- отсутствием целенаправленных банковских продуктов по кредитованию отдыха.

На сегодняшний день среди российских банков активно выдают кредиты на отдых следующие: КБ «Ренессанс кредит» (ООО), АО «ОТП Банк», ПАО КБ «УБРиР», АО «Тинькофф Банк», АО «АЛЬФА-БАНК», АО «Кредит Европа Банк». Сравнительный анализ банковских кредитных продуктов позволяет определить общие тенденции, а также выработать предложения по совершенствованию кредитования туристов (*табл. 4*).

Рассмотренные в *табл. 4* условия кредитования по ряду критериев схожи, но при этом за счет наличия дополнительных услуг формируется уникальность данных продуктов для потребителя. По размеру минимальной суммы кредитования можно сделать вывод о том, что у российских граждан востребованы кредиты в сумме 50 тыс. руб. Оформление подобного кредита занимает незначительное время и не требует от заемщика полного перечня документов как при потребительском кредитовании без указания цели. Максимальная сумма кредитования не превышает 1 млн руб. и зависит от возможности банка обеспечить ресурсную базу (объем привлеченного капитала). Колебание процентных ставок в пределах от 14,9 до 32,3 можно обосновать тем,

что большинство кредитных организаций, представленных в *табл. 4*, устанавливая то или иное значение ставки процента, руководствуются собственной процентной политикой; предельными значениями ставки по потребительскому кредитованию (Банка России), экономической ситуацией на рынке банковского потребительского кредитования. Для привлечения клиентов и поддержания своей конкурентоспособности кредитные организации могут устанавливать так называемые маркетинговые ставки, которые на несколько процентных пунктов могут быть ниже ставок, указанных в договоре кредитования, их значение тоже может быть установлено в рамках партнерской программы, например, реализация турпродуктов компании Coral Travel и АО «Кредит Европа Банк». Сроки кредитования практически у всех кредитных организаций совпадают, что определено исходя из потребительских предпочтений и возможностей банка. Проанализировав процесс банковского кредитования (перечисленных банков) в соответствии с *табл. 2*, следует отметить низкую степень взаимодействия компаний туроператоров/турагентов с банками. По мнению Н.А. Зайцевой и А.В. Суворова [17], банки, кредитуя потребителя при приобретении турпродукта, оплачивают от 70% до 80% стоимости.

С учетом положительной динамики показателей внутреннего туризма и прогнозов экспертов по дальнейшему росту, можно предположить, что емкость рынка банковских кредитных продуктов, рассчитанных на приобретение туристических услуг, будет только увеличиваться и, соответственно, как кредитным организациям, так и туроператорам/турагентам необходимо активизировать взаимодействие.

Заключение

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

- Банковское кредитование субъектов туристической индустрии имеет большое значение для активизации спроса со стороны потребителей турпродуктов, а также для

развития предприятий внутреннего и въездного туризма.

- Необходимость изменения существующих подходов к организации банковского кредитования субъектов туристского рынка обоснована повышением конкуренции между банками в сегменте потребительского кредитования, потребностью предприятий туризма в ресурсах, удорожанием стоимости турпродукта и его компонентов.
- Преобразование ряда условий банковского кредитования для субъектов туристского рынка является экономически целесообразным на фоне растущей динамики показателей рынка туристских услуг.
- Повышение доступности кредитов для потребителей турпродукта именно в направлении внутреннего туризма обеспечит рост таких показателей, как объем доходов компаний турагентов, количество размещенных лиц в коллективных средствах размещения и т.д.
- Интеграция банковского кредитования в разработку и последующую реализацию турпродуктов компаний туроператоров/турагентов позволит увеличить количество продаваемых путевок, а банку, соответственно, обеспечит рост процентных доходов.
- Микропредприятия туризма имеют специфические проблемы, связанные с невозможностью обеспечения кредита по требованию банка (отсутствие залога, стабильных финансовых показателей и т.д.), в связи с чем необходимо развивать различные формы частно-государственной поддержки на основе опыта США и стран Евросоюза.

В качестве конкретных направлений развития кредитования субъектов туристского рынка считаем целесообразным предложить:

- 1) кредитные линии для корпоративных клиентов, к которым относятся крупные предприятия туристической индустрии. Процентная ставка варьируется от 15–22% годовых, основная доля заемных средств приходится на межсезонные периоды осень–весна, условия возврата определяются индивидуально с учетом кредитной истории, репутации на рынке;
- 2) POS-кредитование недорогих туристских продуктов – до 50 тыс. руб., которые могут предложить банки ТОП-10, в том числе ВЭБ, Сбербанк, а также ОТП-Банк, Кредит Европа Банк, Тинькофф банк. Условия могут представлять альтернативу кредиту наличными, потребительскому кредиту на товары, процентная ставка составляет от 15–30% годовых;
- 3) потребительское кредитование и кредитные карты, которые подойдут широкому кругу субъектов туристского рынка, поскольку не требуют детализации условий (описание тура, пакет услуг и т.п.). Недостатком следует считать более высокий процент – 30–50% годовых, преимущество – минимальное количество документов (паспорт гражданина РФ) и моментальный доступ к средствам.

Таблица 1

Динамика индексов потребительских цен на платные услуги населению в сфере туризма РФ и уровня доходов населения (2011–2016 гг.)

Table 1

Changes in consumer price indices for paid services to the population in the sphere of tourism in the Russian Federation and the income level of the population (2011–2016)

Индексы потребительских цен на услуги в группировке КИПЦ в соответствующем году	2011	2012		2013		2014		2015		2016	
		Знач.	К 2011	Знач.	К 2011	Знач.	К 2011	Знач.	К 2011	Знач.	К 2011
Организация комплексного отдыха (У)	106,3	103,7	-2,6	109	2,7	135,6	29,3	118,5	12,2	101,4	-4,9
Экскурсионные услуги на территории России	106,5	108,8	2,3	115	8,5	113,4	6,9	107,1	0,6	107,6	1,1
Гостиничные услуги	109,8	106,5	-3,3	133,7	23,9	100,8	-9	106,4	-3,4	106,9	-2,9
Общественное питание	106,8	106,5	-0,3	106,5	-0,3	108,1	1,3	110,5	3,7	105	-1,8
Санаторно- оздоровительные услуги реабилитационных учреждений	106,8	108,7	1,9	105,5	-1,3	108,2	1,4	114,7	7,9	109,6	2,8
Железнодорожный пассажирский транспорт внутреннего сообщения	110,2	107,8	-2,4	115,7	5,5	104,4	-5,8	109	-1,2	107,2	-3
Воздушный пассажирский транспорт внутреннего сообщения	109,7	107,5	-2,2	102	-7,7	114,8	5,1	117	7,3	105,3	-4,4
Междугородный и международный автомобильный пассажирский транспорт	111,8	106,3	-5,5	108,8	-3	105,2	-6,6	107,8	-4	104,9	-6,9
Темп роста реальных располагаемых денежных доходов по Российской Федерации	100,5	104,6	4,1	104	3,5	99,3	-1,2	96,8	-3,7	94,1	-6,4

Источник: данные Росстата

Source: Rosstat data

Таблица 2**Этапы проведения операции по кредитованию****Table 2****Stages of the lending operation**

Этап	Банковский кредит на приобретение турпутевки		Банковский кредит на приобретение турпутевки в месте продажи (POS-кредитование)		
	Банк	Заемщик	Банк	Турагент	Заемщик
1	1.1. Определение условий кредитования	1.2.Согласие с условиями кредитования	1.1. Определение условий кредитования	1.2. Разъяснение клиенту условий кредитования	1.3. Письменное согласие на покупку турпродукта с использованием кредитных средств
2	2.1. Предоставление письменной заявки в банк	2.2. Подтверждение целевого назначения кредита	2.2. Открытие банковского счета на имя заемщика	2.2. Формирование электронной заявки в банк	2.3. Согласие с условиями кредитования
3	3.1. Открытие банковского счета и проведение расчетов	3.2. Погашение кредита на счет, открытый в банке	3.1. Перечисление денежных средств компании-турагенту (партнеру)	3.2. Продажа турпродукта на условиях привлечения кредита	3.3. Погашение кредита на счет, открытый в банке партнере

Источник: составлено авторами

Source: Authoring

Таблица 3

Динамика кредитов выданных физическим лицам кредитными организациями Российской Федерации за 2016 г.

Table 3

Dynamics of loans granted to individuals by credit institutions of the Russian Federation for 2016

Показатель	Декабрь 2015	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май
Суммарная задолженность перед банками по выданным кредитам, млн руб.	10 278 829	10 227 893	10 223 052	10 196 867	10 196 125	10 207 654
Темп прироста к декабрю 2015 г., %	–	–0,5	–0,54	–0,8	–0,8	–0,69
Темп прироста к предыдущему периоду, %	–	–0,5	–0,05	–0,26	–0,01	0,11
Объем выданных кредитов, по которым срок платежа наступил в отчетном периоде, млн руб.	280 729	235 749	259 511	260 340	230 503	243 148
Темп прироста к декабрю 2015 г., %	–	–16,02	–7,56	–7,26	–17,89	–13,39
Темп прироста к предыдущему периоду, %	–	–16,02	10,08	0,32	–11,46	5,49
Удельный вес выданных кредитов, по которым срок платежа наступил в отчетном периоде в суммарном объеме задолженности перед банками, %	2,73	2,3	2,54	2,55	2,26	2,38
Потребительские кредиты без указания цели, млн руб.	224 535	185 823	201 561	203 376	178 802	189 050
Темп прироста к декабрю 2015 г., %	–	–17,24	–10,23	–9,42	–20,37	–15,8
Темп прироста к предыдущему периоду, %	–	–17,24	8,47	0,9	–12,08	5,73
Удельный вес потребительских кредитов без указания цели в объеме выданных кредитов, по которым срок платежа наступил в отчетном периоде, %	79,98	78,82	77,67	78,12	77,57	77,75
Общий объем кредитов, непогашенных в установленный договором срок в отчетном периоде, млн руб.	42 264	37 179	38 571	38 930	30 348	37 036
Темп прироста к декабрю 2015 г., %	–	–12,03	–8,74	–7,89	–28,19	–12,37
Темп прироста к предыдущему периоду, %	–	–12,03	3,74	0,93	–22,04	22,04
Потребительские кредиты без указания цели, непогашенные в установленный договором срок в отчетном периоде, млн руб.	36 427	31 669	32 626	32 948	24 584	30 518
Темп прироста к декабрю 2015 г., %	–	–13,06	–10,43	–9,55	–32,51	–16,22
Темп прироста к предыдущему периоду, %	–	–13,06	3,02	0,99	–25,39	24,14
Удельный вес потребительских кредитов без указания цели, непогашенных в установленный договором срок в отчетном периоде в объеме выданных кредитов, %	16,22	20,01	19,14	19,14	16,97	19,59

Продолжение

Показатель	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Суммарная задолженность перед банками по выданным кредитам, млн руб.	10 217 100	10 257 247	10 330 100	10 361 441	10 386 690	10 445 815	10 494 118
Темп прироста к декабрю 2015 г., %	-0,6	-0,21	0,5	0,8	1,05	1,62	2,09
Темп прироста к предыдущему периоду, %	0,09	0,39	0,71	0,3	0,24	0,57	0,46
Объем выданных кредитов, по которым срок платежа наступил в отчетном периоде, млн руб.	237 326	230 766	240 763	231 905	234 184	210 682	217 639
Темп прироста к декабрю 2015 г., %	-15,46	-17,8	-14,24	-17,39	-16,58	-24,95	-22,47
Темп прироста к предыдущему периоду, %	-2,39	-2,76	4,33	-3,68	0,98	-10,04	3,3
Удельный вес выданных кредитов, по которым срок платежа наступил в отчетном периоде в суммарном объеме задолженности перед банками, %	2,32	2,25	2,33	2,24	2,25	2,02	2,07
Потребительские кредиты без указания цели, млн руб.	186 965	180 917	188 569	182 500	182 653	166 252	173 160
Темп прироста к декабрю 2015 г., %	-16,73	-19,43	-16,02	-18,72	-18,65	-25,96	-22,88
Темп прироста к предыдущему периоду, %	-1,1	-3,23	4,23	-3,22	0,08	-8,98	4,16
Удельный вес потребительских кредитов без указания цели в объеме выданных кредитов, по которым срок платежа наступил в отчетном периоде, %	78,78	78,4	78,32	78,7	78	78,91	79,56
Общий объем кредитов, непогашенных в установленный договором срок в отчетном периоде, млн руб.	34 955	35 498	34 938	30 841	30 334	29 520	26 577
Темп прироста к декабрю 2015 г., %	-17,29	-16,01	-17,33	-27,03	-28,23	-30,15	-37,12
Темп прироста к предыдущему периоду, %	-5,62	1,55	-1,58	-11,73	-1,64	-2,68	-9,97
Потребительские кредиты без указания цели, непогашенные в установленный договором срок в отчетном периоде, млн руб.	29 723	29 759	29 694	26 101	25 639	24 675	21 928
Темп прироста к декабрю 2015 г., %	-18,4	-18,31	-18,48	-28,35	-29,62	-32,26	-39,8
Темп прироста к предыдущему периоду, %	-2,61	0,12	-0,22	-12,1	-1,77	-3,76	-11,13
Удельный вес потребительских кредитов без указания цели, непогашенных в установленный договором срок в отчетном периоде в объеме выданных кредитов, %	18,7	19,62	18,53	16,9	16,61	17,76	15,35

Источник: данные Банка России

Source: The Bank of Russia data

Таблица 4

Условия кредитования физических лиц с целью приобретения турпродукта

Table 4

Terms of lending to individuals for the buying purpose

Условие	КБ «Ренессанс кредит» (ООО)	АО «ОТП Банк»	ПАО КБ «УБРиР»	АО «Тинькофф Банк»	АО «АЛЬФА- БАНК»	АО «Кредит Европа Банк»
Процентная ставка, % годовых	29,22	от 14,9	27	32,3	23,99	15,9
Минимальная сумма кредита, тыс. руб.	30	30	50	50	50	50
Максимальная сумма кредита, тыс. руб.	250	750	600	600	300	750
Минимальный срок кредита, дней/лет	90 дней	180 дней	3 года	3 года	180 дней	180 дней
Максимальный срок кредита, дней/лет	180 дней	5 лет	7 лет	5 лет	3 года	3 года
Место оформления кредита	Отделение банка	Отделение банка	Отделение банка	On-line оформление	Отделение банка	Pegas Touristi; Coral Travel
Дополнительная услуга	–	Перенос даты платежа	On-line услуга	Оформление кредитной карты	Льготный период 100 дней	–

Источник: данные официальных сайтов кредитных организаций

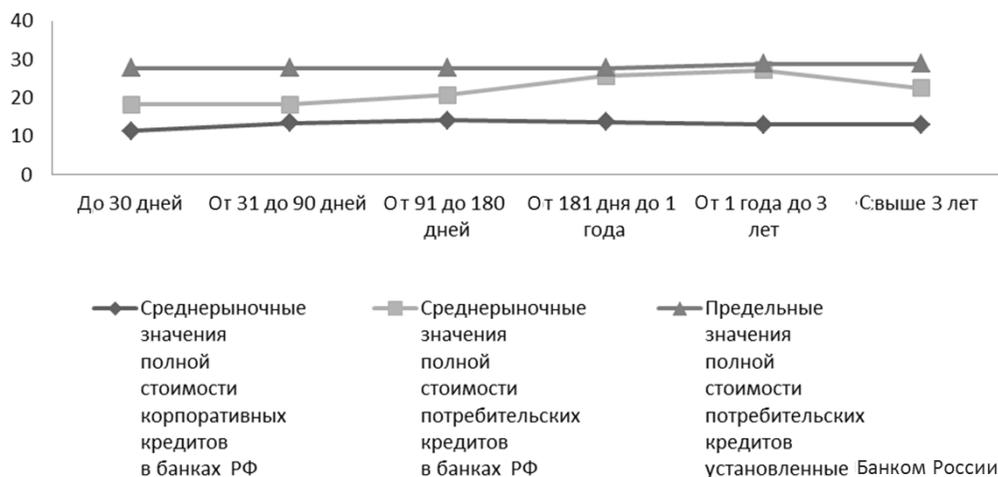
Source: Credit institutions' official websites data

Рисунок 1

Среднерыночные значения процентной ставки по корпоративным и потребительским кредитам в зависимости от сроков кредитования по состоянию на 31.12.2016

Figure 1

Average market interest rates for corporate and consumer loans, depending on the terms of the loan as of December 31, 2016



Источник: данные Банка России

Source: The Bank of Russia data

Рисунок 2

График изменения индекса потребительских цен на услуги и темпа роста реальных располагаемых денежных доходов населения РФ (2012–2016 гг.)

Figure 2

A chart of changes of consumer price index for services and the growth rate of real available funds income of the Russian Federation people in 2012–2016



Источник: данные Росстата

Source: Rosstat data

Список литературы

1. Захаров К.С., Баканова А.А., Волков П.А. Проблемы стимулирования инвестиционной деятельности в сфере туризма в Российской Федерации // Вестник Национальной академии туризма. 2017. № 1. С. 27–30.
URL: http://vestnik.nat-moo.ru/wp-content/uploads/2017/03/CONTACTS_1_41__2017.pdf
2. Зайцева Н.А. Инвестиционная деятельность в туризме и гостиничном бизнесе в РФ // Сервис в России и за рубежом. 2009. № 4. С. 84–90.
3. Киселева Е.В. Анализ стратегий финансирования компаний в индустрии туризма // Российское предпринимательство. 2012. № 6. С. 124–132.
4. Новикова Н.Г., Лебедев К.А., Лебедева О.Е. Региональный туризм как фактор социально-экономического развития экономики // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2016. Т. 10. № 2. С. 15–21.
URL: <https://vestnik.susu.ru/em/article/view/5662/4900>
5. Лебедев К.А., Лебедева О.Е. Научно-практические аспекты инвестиционного и социального развития туристской сферы в Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 3. С. 230–243.
6. Суворов А.В. Влияние финансового кризиса на процесс кредитования туризма // Сервис в России и за рубежом. 2009. № 4. С. 191–194.

7. *Козыбагаров А.А.* Зарубежный опыт инвестирования в туризм // Вестник университета Туран. 2015. № 4. С. 166–169. URL: [http://www.vestnik-turan.kz/attachments/article/19/Вестник%20№%204%20\(68\)%202015%20г..pdf](http://www.vestnik-turan.kz/attachments/article/19/Вестник%20№%204%20(68)%202015%20г..pdf)
8. *McKercher B., Du Cros H.* Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management. NY, The Haworth Hospitality, 2002, 280 p.
9. *Булаев М.А.* Некоторые вопросы организации и проблемы финансирования самостоятельного туризма // Вестник Национальной академии туризма. 2008. № 2. С. 9–11.
10. *Нагоева Т.А.* Банковское потребительское кредитование в России в современных экономических условиях // Сфера обращения: проблемы и перспективы развития. Монография. Пермь: Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», 2016. С. 143–161. URL: <http://rea.perm.ru/images/Download/6Nauka/13Sborniki/Монография.pdf>
11. *Bonet L.* Cultural Tourism // A Handbook of Cultural Economics. Cheltenham, Edward Elgar, 2003, pp. 188–189. URL: <http://dx.doi.org/10.4337/9780857930576>
12. *Dias F., Kosmaczewska J., Dziejcz E., Magliulo A.* Tourism Research in a Changing World. GITUR – Tourism Research Group of Polytechnic Institute of Leiria, 2014, 387 p. URL: http://www.ictir.byd.pl/userfiles/files/Tourism%20Research%20in%20a%20Changing%20World_Final.pdf
13. *Дудецкий Д.Ю.* Механизм развития конкурентных преимуществ туристической дестинации // Вопросы современной экономики. 2014. № 4. URL: <http://economic-journal.net/index.php/CEI/article/view/115/98>
14. *Каюков В.В., Каюков А.В.* Обоснование применения теории модернизации в исследовании кредитной системы России // Научные труды Вольного экономического общества России. 2008. Т. 98. С. 114–120. URL: http://www.veorus.ru/upload/iblock/139/98_veor.pdf
15. *Андронюк Н.В.* Методы оценки и показатели эффективности источников финансирования предприятий сферы туризма // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2015. № 2. С. 150–152.
16. *Белавина Я.А., Ильюшенок А.С.* Роль государства в финансировании малого бизнеса в индустрии гостеприимства и туризма // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2016. Т. 8. № 1. С. 463–472.
17. *Зайцева Н.А., Суворов А.В.* Программы кредитования туристов, приобретающих туры по направлению «внутренний туризм» // Современные проблемы сервиса и туризма. 2008. № 2. С. 41–45. URL: http://spst-journal.org/Archive_article/2008/2008_02/95017373.pdf
18. *Кемаева М.В., Кемаев К.В., Левкович К.В., Сизова Е.В.* Перспективы развития банковского сектора в РФ // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-2. С. 97–101.

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

DEVELOPMENT DIRECTIONS OF CREDITING THE SUBJECTS OF TOURIST MARKET**Matvei S. OBORIN^{a,*}, Tamara A. NAGOEVA^b**^a Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics, Perm, Russian Federation
recreachin@rambler.ru.^b Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics, Perm, Russian Federation
nagoeva.ta@mail.ru

* Corresponding author

Article history:Received 7 August 2017
Received in revised form
27 September 2017
Accepted 23 October 2017
Available online
29 November 2017**JEL classification:** G21, G32**Keywords:** domestic tourism,
bank lending, tourist market
micro-enterprise, consumer,
tourism product**Abstract****Importance** The article considers the theoretical and practical aspects of bank crediting of the tourist market subjects in the Russian Federation. The topic of the research can be considered actual due to the growing interest of the tourist market subjects to bank financing.**Objectives** The paper aims to analyze the organization of bank lending to subjects of the tourist market in Russia and abroad. As well, it defines the ways of improvement of tourism crediting.**Methods** The research is based on the results of analysis of scientific works in the field of banking. A large amount of data characterizing the tourist market in Russia has been statistically processed.**Results** The obtained results confirm the necessity of bank crediting of the tourism industry and consumers who purchase tourism products. The present article offers several directions to perfect the micro-enterprise tourism.**Conclusions** It is necessary to increase the availability of crediting for micro-enterprises of tourism industry, as well as intensify cooperation of banks with tour operators and travel agents.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2017

Please cite this article as: Oborin M.S., Nagoeva T.A. Development Directions of Crediting the Subjects of Tourist Market. *Finance and Credit*, 2017, vol. 23, iss. 44, pp. 2646–2662.
<https://doi.org/10.24891/fc.23.44.2646>**References**

1. Zakharov K.S., Bakanova A.A., Volkov P.A. [Problems of investment activity stimulation in tourism sphere in the Russian Federation]. *Vestnik Natsional'noi akademii turizma = Vestnik of National Tourism Academy*, 2017, no. 1, pp. 27–30. URL: http://vestnik.nat-moo.ru/wp-content/uploads/2017/03/CONTACTS_1_41__2017.pdf (In Russ.)
2. Zaitseva N.A. [Investments in the Tourism and Hotel Business in Russia]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2009, no. 4, pp. 84–90. (In Russ.)
3. Kiseleva E.V. [Analysis of Company Funding Strategies in Tourism]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo = Russian Journal of Entrepreneurship*, 2012, no. 6, pp. 124–132. (In Russ.)
4. Novikova N.G., Lebedev K.A., Lebedeva O.E. [Regional tourism as a factor of social and economic development economy]. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i menedzhment = Bulletin of South Ural State University, Series: Economics and Management*, 2016, vol. 10, iss. 2, pp. 15–21. URL: <https://vestnik.susu.ru/em/article/view/5662/4900> (In Russ.)
5. Lebedev K.A., Lebedeva O.E. [Scientific and practical aspects of investment and social development of tourism in the Russian Federation]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2016, vol. 10, no. 3, pp. 230–243. (In Russ.)

6. Suvorov A.V. [Financial Crisis: Impact on Investments in Tourism]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2009, no. 4, pp. 191–194. (In Russ.)
7. Kozybagarov A.A. [International experience of investments in tourism]. *Vestnik universiteta Turan = Bulletin of Turan University*, 2015, no. 4, pp. 166–169. URL: [http://www.vestnik-turan.kz/attachments/article/19/Вестник%20№%204%20\(68\)%202015%20г..pdf](http://www.vestnik-turan.kz/attachments/article/19/Вестник%20№%204%20(68)%202015%20г..pdf) (In Russ.)
8. McKercher B., Du Cros H. *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York, The Haworth Hospitality, 2002, 280 p.
9. Bulaev M.A. [Some issues on organization and financial problems of flashpacker]. *Vestnik Natsional'noi akademii turizma = Vestnik of National Tourism Academy*, 2008, no. 2, pp. 9–11. (In Russ.)
10. Nagoeva T.A. *Bankovskoe potrebitel'skoe kreditovanie v Rossii v sovremennykh ekonomicheskikh usloviyakh. Sfera obrashcheniya: problemy i perspektivy razvitiya. Monografiya* [Bank consumer crediting in Russia in modern economic terms. Sphere of circulation: issues and prospects of development: a monograph]. Perm, Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics Publ., 2016, pp. 143–161. URL: <http://rea.perm.ru/images/Download/6Nauka/13Sborniki/Монография.pdf>
11. Bonet L. *Cultural Tourism. A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham, Edward Elgar, 2003, pp. 188–189. URL: <http://dx.doi.org/10.4337/9780857930576>
12. Dias F., Kosmaczewska J., Dziedzic E. et al. *Tourism Research in a Changing World*. GITUR – Tourism Research Group of Polytechnic Institute of Leiria, 2014, 387 p. URL: http://www.icthr.byd.pl/userfiles/files/Tourism%20Research%20in%20a%20Changing%20World_Final.pdf
13. Dudetskii D.Yu. [Mechanism of competitive advantages of tourism destinations]. *Voprosy sovremennoi ekonomiki = Journal of Contemporary Economics Issues*, 2014, no. 4. URL: <http://economic-journal.net/index.php/CEI/article/view/115/98> (In Russ.)
14. Kayukov V.V., Kayukov A.V. [Substantiation of the modernization theory application in the research of the credit system of Russia]. *Nauchnye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii = VEO of Russia Today*, 2008, vol. 98, pp. 114–120. (In Russ.) URL: http://www.veorus.ru/upload/iblock/139/98_veor.pdf
15. Andronyuk N.V. [Methods of an assessment and indicators of efficiency of sources of financing of the enterprises of the sphere of tourism]. *Vestnik Kaliningradskogo filiala Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii = Bulletin of Kaliningrad Branch of St. Petersburg University of Ministry of Internal Affairs of Russia*, 2015, no. 2, pp. 150–152. (In Russ.)
16. Belavina Ya.A., Il'yushenok A.S. [Government role in small business financing in hospitality and tourism industry]. *Industriya turizma: vozmozhnosti, priority, problemy i perspektivy*, 2016, vol. 8, iss. 1, pp. 463–472. (In Russ.)
17. Zaitseva N.A., Suvorov A.V. [Programmes of Crediting Tourists Buying Domestic Tours]. *Sovremennye problemy servisa i turizma = Service and Tourism: Current Challenges*, 2008, no. 2, pp. 41–45. URL: http://spst-journal.org/Archive_article/2008/2008_02/95017373.pdf (In Russ.)
18. Kemaeva M.V., Kemaev K.V., Levkovich K.V. et al. [Prospects of development of the banking sector in the Russian Federation]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Journal of Economy and Entrepreneurship*, 2015, no. 12-2, pp. 97–101. (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.