

УДК 338.24

АНАЛИЗ КАТЕГОРИАЛЬНОГО АППАРАТА ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

**Мишурова
Ирина
Владимировна** доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой антикризисного и корпоративного управления, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69).
E-mail: irina.mishurova@gmail.com

**Воловик
Мария
Евгеньевна** аспирант, кафедра антикризисного и корпоративного управления, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69).
E-mail: volovik.maria@yandex.ru

Аннотация

Транснационализация – одна из самых актуальных черт современной мировой экономики, которая затрагивает практически все ее структуры. Предпринимательство в сфере индустрии гостеприимства, как активно развивающаяся сфера экономики многих регионов, испытывает на себе влияние рассматриваемого общемирового процесса. В тоже время категория «транснационализация предпринимательства индустрии гостеприимства» является слабо изученной и не имеет четкой трактовки – что определяет актуальность исследования. В статье рассматриваются определения отечественных и зарубежных исследователей таких понятий как «транснационализация», «транснациональное предпринимательство», «индустрия гостеприимства». На основе контент-анализа указанных понятий, предлагается авторское определение категории «транснационализация предпринимательства в индустрии гостеприимства».

Ключевые слова: *транснационализация, предпринимательство, транснациональное предпринимательство, индустрия гостеприимства, транснационализация предпринимательства в индустрии гостеприимства, контент-анализ.*

«Транснационализация предпринимательства в индустрии гостеприимства» является сложной категорией. Для определения ее семантики целесообразно рассмотреть систему понятий – «транснациональное», «предпринимательство», «индустрия гостеприимства», «транснациональное предпринимательство», – и в дальнейшем, путем определения специфики для индустрии гостеприимства сформулировать определение «транснациональное предпринимательство в индустрии гостеприимства» (рис 1).

С точки зрения Н.Х. Вафиной, термин «транснациональное» (от лат. trans – через), означает выход производства за национальные границы, но, тем не менее, подчеркивает тот факт, что контроль за функционированием и взаимодействием всех структурных подразделений транснациональных систем продолжает обладать национальным характером [1, с. 19].

Более того, согласно мнению А.Е. Костоянцева, транснационализация представляет собой закономерный процесс развития бизнеса в целом, который в рамках «мультиукладности» мирового хозяйства (наличие разных экономических систем и систем хозяйствования) применяет на себе принципы либерализации, определяет центры производства, в которых происходит концентрация капитала и рабочей силы с целью эффективного производства [2].

Отметим, что с нашей точки зрения, ключевыми элементами, определяющими сущность категории «транснационализация предпринимательства в индустрии гостеприимства», являются такие категории как «транснациональное предпринимательство» и «индустрия гостеприимства».

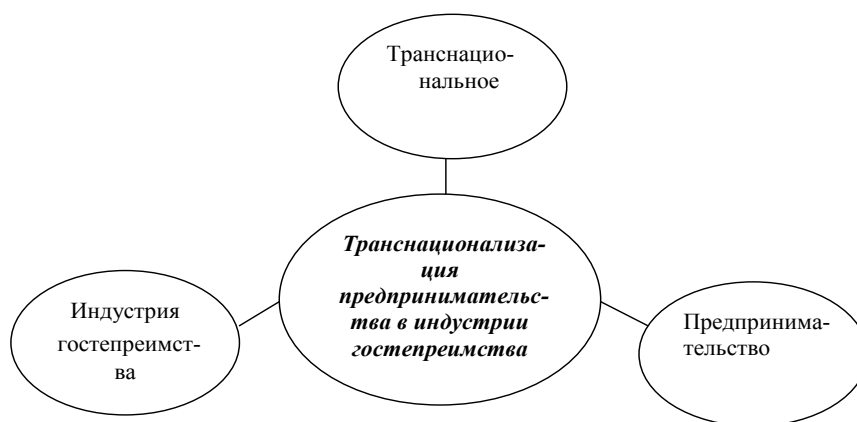


Рис. 1. Транснационализация предпринимательства в индустрии гостеприимства: семантический подход¹

В настоящее время вопросы сущности транснационального предпринимательства, его толкования, специфики и трактовки в открытых информационных источниках представлены слабо.

Таким, согласно мнению А.Е. Костоянцева, главная особенность транснационального предпринимательства – возможность использования международных и трансграничных инструментов организации функционирования предприятия (международное движение капитала, рабочей силы, технологий), ввиду слабой результативности определенных рыночных методов для специфичных условий работы самого транснационального предприятия [2].

В то же время Г.Г. Санько определяет транснациональное предпринимательство (ТП) как «предпринимательскую деятельность собственника факторов производства, товаров и услуг за границей, включающая организацию транснациональной компанией (ТНК) воспроизводственного процесса и предоставление услуг путем: а) открытия филиала за рубежом, б) приобретения контрольного пакета акций местной компании (поглощение ее иностранной корпорацией); в) создания совместного предприятия (СП); г) слияния с местной компанией; д) заключения лицензионного соглашения с местной фирмой на выпуск бренда иностранной компании» [3, с. 145-146].

В своем утверждении автор рассматривает понятие непосредственно с точки зрения процесса, который состоит из определенных наборов действий, характерных для транснационального производства и отличающихся от действий для традиционного предпринимательства.

Согласно трактовке А. Мовсеяна, особое значение выделяется роли прямых иностранных инвестиций в транснационализации, за счет которых устанавливается процесс, контроль и сам принцип функционирования транснационального предпринимательства (размещение производственных и финансовых процессов за пределами страны-базирования) [4].

В ходе исследования выяснилось, что синонимом понятия «транснациональное предпринимательство» часто выступает понятие «транснациональный бизнес», что вероятнее всего объясняется тем, что эта категория западного происхождения и в одних источниках предпринимательство переводится как «business» (бизнес), а в других «entrepreneurship» (предпринимательство).

Кроме того, отметим, что наряду с указанными понятиями зачастую используются такие как: «транснациональные бизнес-сети» и «транснациональные корпорации», которые являются менее изученными явлениями, в связи с чем их определения, особенности и классификация их типов отсутствуют [5].

¹ Составлено авторами.

Графическая интерпретация результатов исследования в виде контент-анализа представлена на рисунке 2¹. Стрелки наглядно иллюстрируют, как элементы дефиниций анализируемых авторов входят в анализируемое понятие, тем самым обеспечивая его полноту и объективность.

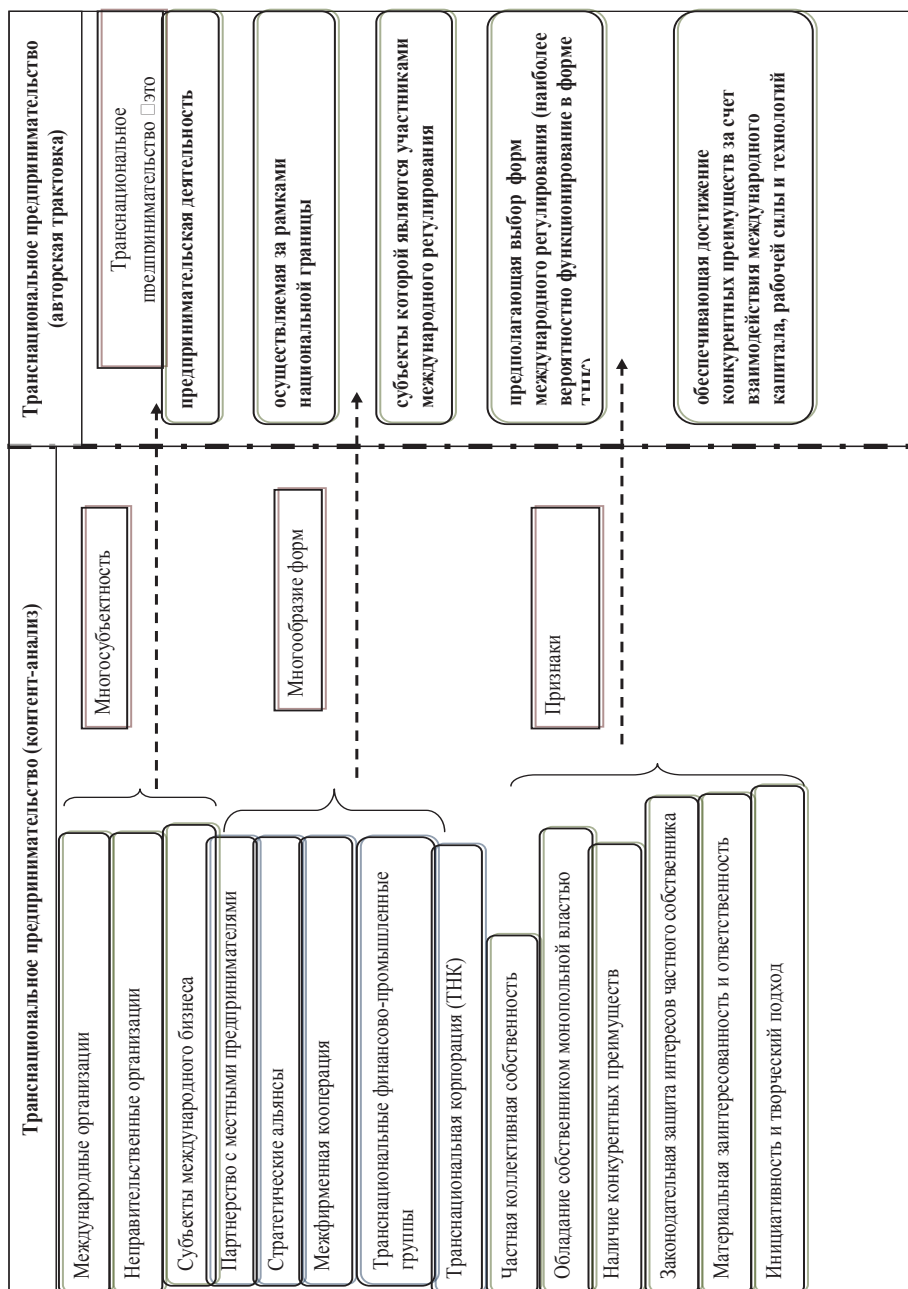


Рис. 2. Контент-анализ понятия «транснациональное предпринимательство» (Часть 1)

¹ Составлено авторами по результатам исследования.

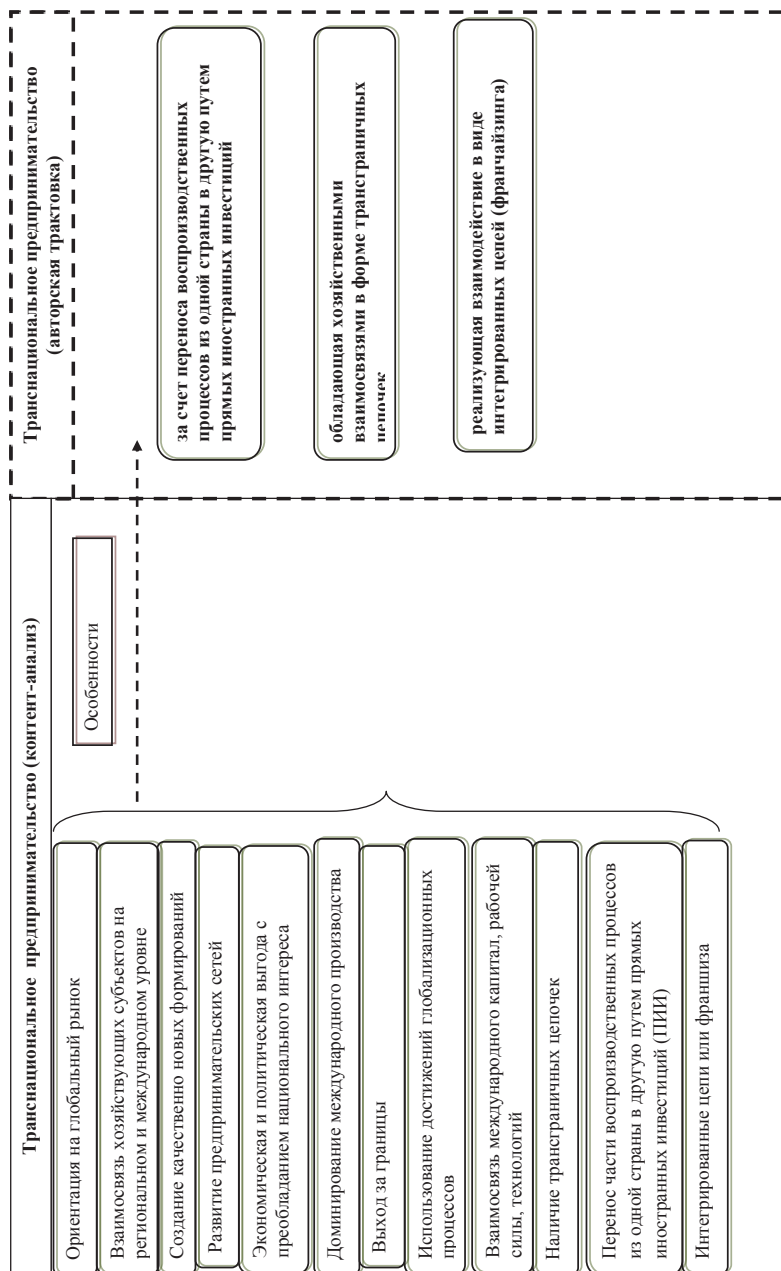


Рис. 2. Контент-анализ понятия «транснациональное предпринимательство» (Часть 2)

В результате проведенного контент-анализа, с учетом проведения подобных исследований [7-11], мы смогли выделить ключевые принципиальные характеристики понятия «транснациональное предпринимательство» и представить его авторскую трактовку.

С позиции проведенного исследования, под «транснациональным предпринимательством» предлагается понимать предпринимательскую деятельность, осуществляемую за рамками национальных границ, субъекты которой являются участниками международного регулирования, предполагающую выбор форм международного регулирования (наиболее вероятно функционирование в форме ТНК), обеспечивающую достижение конкурентных преимуществ за счет взаимодействия международного капитала, рабочей силы и технологий, переноса воспроизводственных процессов из одной страны в другую путем прямых иностранных инвестиций, обладающую хозяйственными взаимосвязями в форме трансграничных цепочек, реализующую взаимодействие в виде интегрированных цепей (франчайзинга)¹.

В индустрии гостеприимства выход бизнеса за национальные границы во многом предопределен своеобразием туристского продукта, что предполагает приобретение продуктов/услуг, которые, во-первых, соотносятся со страной происхождения, во-вторых, со странами, лежащими на пути его следования и пересекаемыми транзитом, и, в-третьих, – со страной назначения.

Страны базирования туристских ТНК – в основном ведущие экономические лидеры мира: США, Западная Европа (Франция, Великобритания), Япония, Гонконг. Более того, эти страны – генераторы туристского потока, что подтверждает факт их заинтересованности в осуществлении инвестиций в сферу туризма. Сектор размещения – наиболее убедительный пример того, как проявляется транснационализация в туризме. Так, результатом этого процесса служат транснациональные компании, которые успешно функционируют под видом гостиничных цепей, широко распространенных во всем мире [6].

Непосредственно понятие «индустрия гостеприимства» также является многосоставной категорией, определение которого образуется с точки зрения разных подходов.

По мнению Дж. Р. Уокера и Р. А. Браймера, индустрия гостеприимства – это собирательное понятие, которое объединяет в себе разные формы предпринимательства, связанные с приемом и обслуживанием гостей: туризм, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, отдых и развлечения, организацию конференций и совещаний. Согласно толковому словарю Н. Уэбстера, описанное определение добавляется той особенностью, что рассматриваемая сфера предпринимательства функционирует на основе принципов гостеприимства [7].

Среди российских источников можно выделить несколько мнений, дающих приблизительное осмысление рассматриваемого явления.

Так, индустрию гостеприимства также предлагается рассматривать с точки зрения комплексной категории для многочисленных форм и видов деятельности работников по приему, размещению, развлечению, оздоровлению, образованию гостей [6].

Л. Ваген относит индустрию гостеприимства непосредственно к сектору туризма, деятельность которой состоит не только в размещении туристов, но и в продаже еды и алкогольных напитков, предоставлении жилья, пищи и увеселительных мероприятий [7].

Таким образом, российское толкование данного понятия объединяет в себе не совокупность форм предпринимательства, а комплекс объектов, взаимодействие которых формирует отдельный особый вид предпринимательства – индустрию гостеприимства.

Отличительная особенность индустрии гостеприимства – наличие в ее структуре форм предпринимательства разных профилей. Тем не менее, выделяются четыре основных направления: общественное питание, размещение, перевозка и отдых (рекреация), объединенные главным принципом мировой и национальной сферы обслуживания – принципом гостеприимства [8]. Графическая интерпретация результатов исследования представлена на рисунке 3².

На основании вышеизложенного, ***под индустрией гостеприимства предлагается понимать предпринимательскую деятельность в области туризма, гостиничного и ресторанного бизнеса, общественного питания, культурно-развлекательного, спортивно-***

¹ Предложено авторами по результатам исследования.

² Составлено авторами по результатам исследования.

оздоровительного и транспортного сектора, связанную с приемом и обслуживанием туристов, опирающаяся на принципы гостеприимства¹.

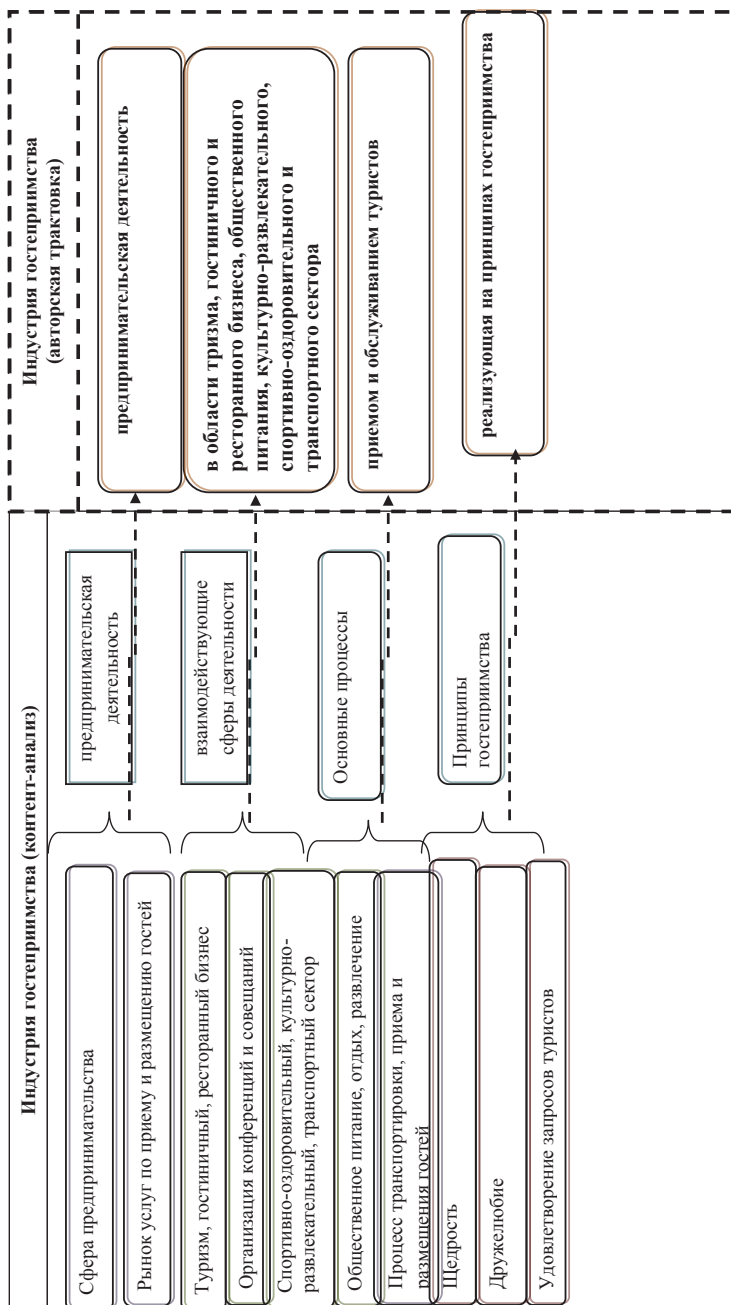


Рис. 3. Контент-анализ понятия «индустрия гостеприимства»

¹ Предложено авторами по результатам исследования.

Систематизируя результаты исследования можно сформулировать авторское понимание термина «транснациональное предпринимательство в индустрии гостеприимства».

Под «транснациональным предпринимательством в индустрии гостеприимства» нами предлагается понимать предпринимательскую деятельность в области туризма, гостиничного и ресторанного бизнеса, общественного питания, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного и транспортного сектора, связанную с приемом и обслуживанием туристов, базирующуюся на принципах гостеприимства, осуществляемую за рамками национальных границ, субъекты которой являются участниками международного регулирования, предполагающую выбор форм международного регулирования (наиболее вероятно функционирование в форме ТНК), обеспечивающую достижение конкурентных преимуществ за счет взаимодействия международного капитала, рабочей силы и технологий, за счет переноса производственных процессов из одной страны в другую путем прямых иностранных инвестиций, обладающую хозяйственными взаимосвязями в форме трансграничных цепочек, реализующую взаимодействие в виде интегрированных цепей (франчайзинга)¹.

Таким образом, трактовка категории «транснационализация предпринимательства в индустрии гостеприимства» требует комплексного подхода, в рамках которого был использован контент-анализ составляющих ее понятий: «транснациональное», «транснациональное предпринимательство», «индустрия гостеприимства». На его основании было предложено определение рассматриваемого термина.

Ввиду актуальности распространения транснационализации в предпринимательстве сферы индустрии гостеприимства были предложены определенные меры по регулированию ее деятельности, которые должны способствовать защите национальных интересов, развитию конкурентоспособности и сбалансированной экономики, сохранению природных, культурных и прочих туристских ресурсов той страны, где ТНК располагает свои дочерние филиалы.

Литература

1. Вафина Н. Х. В 21. Транснационализация производства в свете теории самоорганизации экономических систем. – М.: Издательство КГФИ, 2002. – 107 с.
2. Костоянцев А. Е. Транснационализация как международная форма организации предпринимательства в глобализирующейся экономике. – Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление – 2011. – [Электронный ресурс]. – http://www.journal-nio.com/index.php?option=com_content&view=article&id=441&Itemid=88.
3. Санько Г. Г. Современное транснациональное предпринимательство: признаки и особенности. – Экономический рост, 2011, С. 145-146. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.bseu.by
4. Мовсесян А. Транснационализация в мировой экономике. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sice.ru/cnts/1576.html>.
5. Ефремов В. С. Транснациональные бизнес-системы- [Электронный ресурс]. – <http://www.mevriz.ru/articles/2008/1/4770.html>.
6. Елканова Д. И., Осипов Д. А., Романов В. В., Сорокина Е. В. Основы индустрии гостеприимства. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://fictionbook.ru/author/vitaliy_vyacheslavovich_romanov/osnoviy_industrii_gostepriimstva/read_online.html.
7. Гаранин Н. И. Менеджмент гостеприимства. Основные понятия и определения.– [Электронный ресурс]. – <http://accord-personal.ru/statii/menedzhment-gostepriimstva-osnovnyie-ponyatiya-i-opredeleniya/>
8. Палагина А. Н. Методологические и институциональные подходы к формированию адаптивной инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства: монография / А. Н. Палагина. – М.: Вузовская книга, 2014. – 10,0 п. л.
9. Мишурова И. В. Развитие малого предпринимательства как условие долговременного роста региональной экономики // TERRA ECONOMICUS. 2012. Том 10. № 2-2. С. 166–170.

¹ Предложено авторами по результатам исследования.

10. Джуха В. М., Синюк Т. Ю. Диагностика социально-экономического развития региона на основе пространственно-временной системы мониторинга. // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 4 (40). С. 35.
11. Kuznetsov U., Filimonova N., Fedosova R. Strategic Development of Small Businesses in Russian Regions // Asian Social Science; Vol. 10, No. 13; 2014. P. 231 – 238. doi: 10.5539/ass.v10n13p231

Mishurova Irina Vladimirovna, *Dotor of Economic Science, Professor, Head of Cathedra of Anticrisis and Corporate Management; Rostov State University of Economics (69, B.Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation).*

E-mail: irina.mishurova@gmail.com

Volovik Mariya Evgenievna, *Graduate Student, Cathedra of Anticrisis and Corporate Management; Rostov State University of Economics (69, B.Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation).*

E-mail: volovik.maria@yandex.ru

ANALYSIS OF CATEGORIAL STRUCTURE OF TRANSNATIONALIZING ENTREPRENEURSHIP IN HOSPITALITY INDUSTRY

Abstract

Transnationalization – one of the actual and important feature of modern economy which concerns all its structure. Entrepreneurship in hospitality industry, as actively growing sphere of economy of certain regions, is affected by this global process. However, the category «transnationalization of entrepreneurship in hospitality industry» is poorly studied and doesn't have a clear definition – the fact determines the relevance of the research. In the article are considered the definitions «transnationalization», «transnationalizing entrepreneurship» and «hospitality industry» according to Russian and foreign researchers. On the basis of the concepts' content analysis author determination of term «transnationalization of entrepreneurship in hospitality industry» is suggested.

Keywords: *transnationalization, entrepreneurship, transnationalizing entrepreneurship, hospitality industry, transnationalization of entrepreneurship in hospitality industry, content analysis.*