

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ



DOI: 10.26794/1999-849X-2022-15-2-128-137
УДК 338.48,336.22(045)
JEL Z3, H21

Особенности налогового регулирования экономики впечатлений на примере индустрии туризма

Е. С. Цепилова

Сочинский государственный университет, Сочи, Россия

АННОТАЦИЯ

Актуальность исследования обусловлена научно-практическим поиском направлений налогового регулирования туризма, в частности подведением предварительных итогов практики взимания в нашей стране курортного сбора. *Предмет исследования* – налоговое регулирование туризма как одной из ведущих индустрий экономики впечатлений. *Цель работы* – анализ практики налогового регулирования туризма с акцентом на туристический (туристский/гостиничный/курортный) налог/сбор как специфичный исключительно для этой индустрии обязательный платеж. В ходе исследования использовались институциональный подход, контент-анализ правовой базы и научных работ, раскрывающих особенности экономики впечатлений, структуры, границ и налогового регулирования индустрии туризма. Выявлено, что существует проблема получения корректных данных по индустрии туризма ввиду отсутствия качественного статистического учета туристских поездок, туристов, их расходов во время путешествия. Предложено дополнительно использовать форму федерального статистического наблюдения № 1-ПОЕЗДКИ. По итогам мониторинга поступлений курортного сбора за 2018–2020 гг. *сделан вывод* о том, что его взимание положительно повлияет на бюджеты соответствующих территорий только при условии повышения ставки налогообложения. *Практическая значимость и научная ценность статьи* заключаются в сформулированных перспективных направлениях совершенствования курортного сбора с позиций теории налогообложения и фискального администрирования. **Ключевые слова:** экономика впечатлений; внутренний туризм; туристская инфраструктура; налоговое регулирование; курортный сбор

Для цитирования: Цепилова Е. С. Особенности налогового регулирования экономики впечатлений на примере индустрии туризма. *Экономика. Налоги. Право.* 2022;15(2):128-137. DOI: 10.26794/1999-849X-2022-15-2-128-137

ORIGINAL PAPER

Features of Tax Regulation of the Economy of Impressions on the Example of the Tourism Industry

E.S. Tsepilova

Sochi State University, Sochi, Russia

ABSTRACT

The relevance of the study is due to the scientific and practical search for directions of tax regulation of tourism, in particular, summing up the preliminary results of the practice of collecting a resort fee in our country. *The subject of the study* is the tax regulation of tourism as one of the leading industries of the impression economy. *The purpose of the work* is to analyze the practice of tax regulation of tourism with an emphasis on tourist /hotel/resort) tax/ fee as a mandatory payment specific exclusively for this industry. The study used an institutional approach, content analysis of the legal framework and scientific papers revealing the features of the impression economy, the structure, boundaries and tax regulation of the tourism industry. It is revealed that there is a problem of obtaining correct data on the tourism industry due to the lack of high-quality statistical accounting of tourist trips, tourists, their expenses during the trip. It is proposed to additionally use the Federal Statistical observation form No. 1-TRIPS. Based on the results of monitoring the receipts of the resort fee for 2018–2020, *it was concluded* that its collection will have a positive impact on the budgets of the respective territories only if the tax rate increases. *The practical significance and scientific value* of the article lies in the formulated promising directions for improving the resort fee from the standpoint of the theory of taxation and fiscal administration.

Keywords: economy of impressions; domestic tourism; tourist infrastructure; tax regulation; resort fee

For citation: Tsepilova E.S. Features of tax regulation of the economy of impressions on the example of the tourism industry. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, taxes & law.* 2022; 15(2):128-137. (In Russ.). DOI: 10.26794/1999-849X-2022-15-2-128-137

© Цепилова Е.С., 2022

ВВЕДЕНИЕ

На рубеже XX–XXI вв. в научной лексике появился термин, характеризующий зародившуюся новую экономическую модель — экономику впечатлений, который ввели в научный оборот Дж. Пайн и Дж. Гилмор в работе «Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена» [1], ориентированную на ощущения потребителя, где поставщики являются «режиссерами впечатлений», а потребители — «зрителями» или «гостями», и для эффективной продажи товаров или услуг требуются воздействие на эмоции последних и кастомизация предложений, т.е. придание им индивидуального характера. Таким образом, экономика впечатлений является логичным продолжением экономики инноваций, взрывной рост которых наряду со стремительным процессом насыщения спроса потребителей на товары и услуги, сопровождающимся ростом благосостояния последних, сформировал такие условия потребления, когда производитель должен обладать креативным мышлением, чтобы удовлетворять запросы разборчивых потребителей. Но время, которое клиенты проводят с поставщиком впечатлений, обладающих своей потребительской ценностью от интересных и запоминающихся событий, имеет соответствующую стоимость, за которую потребителю надо платить.

Экономика впечатлений носит многоотраслевой характер, включая индустрии туризма, общественного питания (как правило, в среднем и высоком ценовом сегменте), досуга и развлечений (театры, кинотеатры, аквапарки, музеи, проведение праздников и тематических мероприятий), посредством продуктов которых потребители за свои деньги получают различные эмоции и новые ощущения. Причем в туризме возможно как пассивное принятие впечатлений потребителем, никак не воздействуя на внешний мир (организованные поездки и экскурсии, посещение достопримечательностей и т.д.), так и активное участие в формировании впечатлений [самостоятельные неорганизованные поездки, сельский туризм с участием в традиционных деревенских работах, активный туризм (сплавы по рекам, восхождения в горы)], экологический туризм с элементами волонтерской деятельности по очистке природных территорий.

Два основополагающих принципа экономики впечатлений, выделенные Дж. Гилмором и Дж. Пайном: воздействие на все органы чувств (обоняние,

осязание, зрение, вкус, слух) и постулат «Главное не вкус, а послевкусие» — становятся определяющими в туризме XXI в. [2] [например, гастрономический туризм, этнотуризм), наблюдение за птицами (*birdwatching*) как разновидность экологического туризма].

В настоящее время в туристской индустрии можно выделить два разнонаправленных тренда:

- сокращение спроса на массовый туристский продукт, рост интереса к индивидуальным турам, когда потребители желают получить продукты/услуги, организованные исключительно для них; кастомизацию отелей под специальные потребности и пожелания своих гостей;
- «макдональдизация» [3] отрасли, выражаемая в развитии сетевых коллективных мест размещения, турфирм, бюро экскурсий и соответственно в стандартизации услуг туристских дестинаций (т.е. ограниченных территорий со всеми природными, культурно-историческими, инфраструктурными, трудовыми, финансовыми, материальными, экономическими ресурсами), что, несомненно, способствует предоставлению услуг гарантированного качества, но лишенных индивидуальной, «эмоциональной» составляющей.

Данная работа посвящена налоговому регулированию одной из основных сфер деятельности экономики впечатлений — индустрии туризма с акцентом на парафискалитет — обязательный к уплате курортный сбор, который отличается от обычного налога тем, что уплачивается не в бюджет, а в пользу отдельных субъектов публичного или частного права в целях частичного покрытия этими субъектами своих расходов.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В работе использовались институциональный подход, контент-анализ правовой базы и научных работ, раскрывающие особенности экономики впечатлений, структуры, границ и налогового регулирования индустрии туризма, российскую и зарубежную практику курортного сбора, экономико-статистический анализ динамики его показателей за 2018–2020 гг.

Зарубежные исследователи отмечают тенденцию, что вне зависимости от инфляции и политических циклов люди склонны сокращать текущее потребление, чтобы тратить деньги на впечатления; вещи перестали показывать статус человека, теперь это делают впечатления, которыми делятся,

например, в социальных сетях, при личных и деловых контактах¹.

Ввиду того что для экономического анализа важна репрезентативность статистических данных, согласимся с мнением А. О. Овчарова, что «наибольшую сложность вызывает проведение комплексного наблюдения за туристическими поездками с учетом преобладания неорганизованного туризма при совершении въездных и выездных поездок» [4, с. 67].

Исследование места налоговых поступлений от индустрии туризма в бюджетную систему страны проведено в диссертации Кулакова В. В. «Совершенствование мониторинга налогового вклада туризма в экономику региона» [5].

Подробный анализ поступлений от туристического налога/сбора во Франции, Италии, Украине, курортного сбора в Республике Беларусь и в России представлен в работе М. Р. Пинской, Ю. А. Стешенко [6].

Изучению результатов и перспектив налогового эксперимента по взиманию курортного сбора в России посвящена наша предыдущая статья [7].

ПРОБЛЕМЫ РЕЛЕВАНТНОГО СТАТИСТИЧЕСКОГО УЧЕТА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

При рассмотрении налогового регулирования туризма как индустрии важно учитывать ее состав в части инфраструктуры и территориальных образований (особые экономические зоны туристско-рекреационного типа, туристские центры, туристские дестинации).

Индустрия туризма включает совокупность организаций, индивидуальных предпринимателей, самозанятых лиц и физических лиц различных сфер деятельности [8, с. 6], занимающихся организацией трансферов, досуга, оказанием бытовых услуг, что обуславливает необходимость учета расходов на их осуществление в валовом продукте туристической индустрии и соответственно определения общего налогового вклада в доходах бюджетов (федерального, регионального и местного).

Очень важная особенность туристского бизнеса заключается в том, что «размыта» его отраслевая принадлежность, отсутствуют четко установленные

границы — его образуют компании, занимающиеся разными видами деятельности. По признаку обслуживания туристов выделяют три группы компаний:

- работающие исключительно для туристов (туроператоры и турагенты, гостиницы в курортной местности, глэмпинги и т. д.);
- ориентированные в основном на туристов, но обслуживающие также местных жителей (общественное питание, индустрия развлечений в туристских дестинациях и т. д.);
- оказывающие услуги всему населению, в т. ч. туристам (транспортное и бытовое обслуживание, розничная торговля товарами народного потребления и т. д.) [9, с. 468].

Туризм имеет многоотраслевой характер, включающий хозяйствующих субъектов, работающих непосредственно в туризме, и лиц, кто оказывает сторонние услуги, что влияет на определение налоговых поступлений от этой индустрии [5, с. 14].

Таким образом, для получения корректных данных по индустрии туризма необходим качественный статистический учет туристских поездок, туристов, их расходов во время путешествия. Существующие подходы можно условно подразделить на традиционные и нетрадиционные; их подробный анализ с указанием достоинств и недостатков приведен в недавней работе А. О. Овчарова, что позволило ему сделать вывод, что «комбинация приемов официальной статистики и альтернативных методов должна дать, по мнению многих зарубежных исследователей, всеобъемлющую и последовательную оценку текущих пространственно-временных характеристик туристских поездок» [4, с. 70].

Формами статистической налоговой отчетности, предоставляющими информацию о налоговых поступлениях от индустрии туризма, являются:

- форма 1-НОМ «Начисление и поступление налогов, сборов и страховых взносов в бюджетную систему Российской Федерации по основным видам экономической деятельности», которая составляется ежемесячно в целом по России и в разрезе субъектов Российской Федерации;
- форма 4-НОМ «Отчет о задолженности по налогам и сборам, страховым взносам, пеням и налоговым санкциям в бюджетную систему Российской Федерации по основным видам экономической деятельности», которая составляется ежегодно в целом по России и в разрезе субъектов Российской Федерации.

¹ Just do it: the experience economy and how we turned our backs on 'stuff'. URL: <https://www.theguardian.com/business/2017/may/13/just-do-it-the-experience-economy-and-how-we-turned-our-backs-on-stuff>.

Для косвенной оценки индустрии туризма А.О. Овчаров [4] предлагает применять следующие формы федерального статистического наблюдения, утвержденные приказом Росстата от 30.07.2021 № 461 «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения в сфере туризма»:

- № 1-турфирма «Сведения о деятельности туристской фирмы», которую составляют хозяйствующие субъекты, занимающиеся туроператорской и турагентской деятельностью; является годовой;
- № 1-КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения», которую составляют гостиницы, пансионаты, санатории кемпинга, турбазы и т.д.; является годовой.

Представляется логичным дополнить этот список формой федерального статистического наблюдения № 1-ПОЕЗДКИ «Сведения о деятельности туроператора в области въездного и выездного туризма», которую представляют туроператоры в ЦБ РФ начиная с 2019 г. (указание Банка России от 25.11.2019 № 5328-У «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения и порядка составления и предоставления респондентами первичных статистических данных по этим формам в Центральный банк Российской Федерации для составления платежного баланса Российской Федерации, международной инвестиционной позиции Российской Федерации, статистики внешней торговли Российской Федерации услугами, внешнего долга Российской Федерации, прямых инвестиций в Российскую Федерацию и прямых инвестиций из Российской Федерации за рубеж»). По результатам сбора данных по этой форме Банком России аккумулируются также сведения, используемые для расчета экспорта и импорта услуг по статье «Поездки» платежного баланса Российской Федерации в части затрат организованных туристов, в том числе в распределении по регионам Российской Федерации и странам мира.

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Налогообложение в индустрии туризма практически идентично другим видам деятельности сферы услуг. По данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC)², около 50% на-

логов от туризма формируется за счет поступлений НДС и налога с продаж, примерно 35% — от подоходных налогов с персонала компаний и 15% приносит корпоративный налог на прибыль³.

С ростом индустрии туризма ожидаемо увеличивается доля налогов с этого вида деятельности в общем объеме бюджетных поступлений, которые можно перераспределить на поддержку государственных расходов на инфраструктуру, обеспечивающую развитие отрасли. Перспектива введения новых или повышенных налогов на отрасль является простым решением, поскольку туристы не являются избирателями при государственных голосованиях, зачастую имеют более высокие доходы, нежели местные жители, их спрос менее эластичен по цене, однако последствия непродуманных туристских налогов и сборов могут быть гораздо более серьезными, нежели просто отказ туристов от путешествий по налоговым основаниям, так как может иметь обратный эффект и, следовательно, привести к падению налоговых доходов от туризма и связанных с ним отраслей принимающей страны. Чтобы избежать этого, Всемирный совет по путешествиям и туризму разработал «Принципы разумного налогообложения», заключающиеся в нижеследующем:

1) равенство правил налогообложения туризма по сравнению с другими видами деятельности. Большинство стран мира избегают экспортных налогов и даже вводят экспортные субсидии, чтобы получить конкурентное преимущество; индустрия туризма является исключением, так как при экспорте туристских услуг, связанных с приемом приезжающих иностранных туристов, никаких налоговых льгот принимающей стороне не предусмотрено;

2) справедливое налогообложение предполагает, что чем выше класс туристского обслуживания, тем более высокую ставку налога/сбора можно применять [например, туристский (туристический) налог/сбор в отелях более высокого класса тарифицируется выше];

3) эффективность (существенное снижение налогов и сборов на авиаперевозки и авиационное топливо стимулирует рост внутренних рейсов и, соответственно, внутренний туризм);

² World Travel & Tourism Council (WTTC). URL: <https://wttc.org>.

³ Международный туризм и сфера услуг. URL: https://studbooks.net/20999/turizm/mezhdunarodnyy_turizm_i_sfera_uslug.

4) простота администрирования (взимание налогов не должно вызывать дополнительных и/или избыточных затрат для отрасли);

5) эффективное стимулирование (причем как роста, так и сдерживания туристских потоков через дополнительные платежи, например обязательный, достаточно высокий туристский (туристический) налог/сбор в многолюдных дестинациях)⁴.

Как видно, в основе этих принципов лежат принципы налогообложения, сформулированные еще А. Смитом: справедливость, определенность, удобство и экономность (экономичность) взимания.

Налоговое регулирование индустрии туризма возможно по двум направлениям:

- стимулирование въездного иностранного туризма (экспорт туристских услуг) посредством принятия специальных налоговых мер. Однако это реализуется только в механизме возврата НДС в отдельных странах и регионах, уплаченного при покупке товаров в стране временного въезда, т.е. более актуально для шопинг-туров, которые для нашей страны не характерны, за исключением туристов из Беларуси, Казахстана, Китая, стран Скандинавии;

- дополнительное и повышенное налогообложение в туристской индустрии, которое гораздо чаще применяется ввиду более высокой покупательной способности иностранных туристов по сравнению с местными жителями, повышенного потребления туристами уникальных, зачастую невосполнимых ресурсов дестинации. Объясняющим фактором является то, что иначе туристов невозможно привлечь к финансированию инфраструктуры дестинаций, которой они так или иначе пользуются. Так, применение повышенных ставок при налогообложении высококлассных отелей в центральных курортных районах является распространенной практикой. Помимо сугубо налоговых платежей нередко применяются иные фискальные платежи и парафискальные — различные сборы за въезд и выезд с территории курортного региона или страны, портовые и аэропортовые сборы. Получил широкое распространение туристический (туристский)/гостиничный/курортный налог/сбор.

⁴ Fairer and more intelligent tax policies in travel & tourism a policies for growth. White paper. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2018/Intelligent%20Taxation%20White%20Paper%202018.pdf?ver=2021-02-25-182511-593>.

Разумеется, закон спроса работает и на этом рынке, поэтому туристы, для которых цена имеет решающее значение, выбирают страны с отсутствующим дополнительным налогообложением. Отметим, что точно оценить масштаб снижения туристского спроса в результате принятия мер налогового регулирования достаточно сложно, особенно в современной экономике впечатлений, когда потребитель готов за них платить даже несмотря на избыточное налогообложение. Очевидно, что фискальный фактор не является решающим при выборе направления поездки, так как более важны социально-экономическая, политическая, санитарно-эпидемиологическая (особенно в последние два года) и экологическая ситуации в стране, наличие и доступность для посещения достопримечательностей, возможность и стоимость проезда к месту отдыха.

В некоторых странах с целью развития туризма предоставляются дополнительные налоговые льготы при налогообложении инвестиций в туристскую индустрию; в основном они распространяются не на всю страну, а концентрируются по территориально-географическому признаку в «точках роста» — особых (свободных) экономических зонах. В нашей стране такие зоны имеют статус особых экономических зон туристско-рекреационного типа (далее — ОЭЗ ТРТ), предлагающих льготные условия.

По состоянию на 14 декабря 2021 г. действовало 10 таких зон, резидентами которых являлись 81 компания (ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань», ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь», ОЭЗ ТРТ «Завидово», ОЭЗ ТРТ «Ворота Байкала», ОЭЗ ТРТ «Архыз», ОЭЗ ТРТ «Ведучи», ОЭЗ ТРТ «Эльбрус», ОЭЗ ТРТ «Матлас», ОЭЗ ТРТ «Армхи и Цори», ОЭЗ ТРТ «Мамисон»)⁵. Подробная характеристика ОЭЗ ТРТ, анализ уже предоставляемых и планируемых в будущих периодах налоговых льгот, проведенные в нашей предыдущей работе, позволили заключить, что налоговые факторы не являются решающими для их успешного развития (более важны развитая транспортная инфраструктура и близость к аэропортам) и что на современном этапе цели создания таких зон не достигнуты, а также сделать глобаль-

⁵ ОЭЗ туристско-рекреационного типа / Министерство экономического развития РФ. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/instrumenty_razvitiya_territoriy/osoby_e_ekonomicheskie_zony/oez_turistsko_rekreacionnogo_tipa/

ный вывод о том, что «на современном этапе цели создания таких зон не достигнуты» [10, с. 89].

ОБЗОР ПРАКТИКИ ВЗИМАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО (ТУРИСТСКОГО) / ГОСТИНИЧНОГО/ КУРОРТНОГО) НАЛОГА/СБОРА

Помимо такого инструмента регионального развития туристских дестинаций, как ОЭЗ ТРТ, в мировой практике давно и широко распространено взимание туристического (туристского/гостиничного/ курортного) налога/сбора. Вне зависимости от названия в национальном законодательстве он предназначен для развития инфраструктуры туристских дестинаций, минимизации ущерба от деятельности туристов, а также для содержания существующих и создания новых мест отдыха, реставрации исторических зданий и памятников архитектуры, работ по благоустройству городской среды, развития транспортной инфраструктуры и т.д.

Этот парафискалитет с туристов был введен в России на основании Федерального закона от 29.07.2017 № 214-ФЗ «О проведении эксперимента по развитию курортной инфраструктуры в Республике Крым, Алтайском крае, Краснодарском крае и Ставропольском крае».

В соответствии с этим нормативным актом налогообложение туристов проводится на территориях определенных в законе муниципальных образований в течение 4,5 лет — с 1 мая 2018 г. по 31 декабря 2022 г.

Как следует из *таблицы*, в регионах налогового эксперимента практика взимания сбора существенно разнится.

2022 г. является последним годом этого налогового эксперимента, соответственно за 2018–2021 гг. уже можно подвести предварительные итоги за три с половиной года его применения отдельно по каждому региону.

Изначально его введение в Республике Крым было отложено до 2020 г., потом из-за пандемии COVID-19 — до 2021 г., затем было решено отказаться от участия в эксперименте и в настоящее время действует мораторий на введение курортного сбора до 1 мая 2022 г. В качестве причин невведения этого сбора сначала указывалось на необходимость изучения опыта других регионов, позднее — на чрезмерную затратность налогового администрирования, далее приводились опасения,

что его введение может перераспределить турпоток в пользу «теневого сектора» ввиду низкой доли легализации малых средств коллективного размещения в регионе.

В Алтайском крае этот сбор взимается только на курорте Белокуриха; с 2022 г. он увеличен с 30 руб. до 50 руб. в сутки на одного отдыхающего.

В Краснодарском крае с 2022 г. размер курортного сбора увеличен с 10 руб. в сутки до 50 руб. в муниципальном округе городе-курорте Сочи и до 30 руб. на остальных курортных территориях, входящих в зону эксперимента. С 1 августа 2021 г. дополнительно включено в эксперимент муниципальное образование «Сириус». Несомненно, г. Сочи как самая развитая, аттрактивная для туристов и дорогая дестинация Краснодарского края подлежит наибольшему парафискальному обложению; более того, статистика поступлений в бюджет показывает, что это основная территория курортного сбора в крае. Но вызывает недоумение тот факт, что размер сбора (30 руб. в сутки) в муниципальном образовании «Сириус» меньше, чем в Сочи, хотя «Сириус» располагает новейшей инфраструктурой, построенной к зимней Олимпиаде 2014 г. Более того, ввиду того что «Сириус» был образован как отдельная территориальная единица лишь недавно, он частично пользуется инфраструктурой Сочи, особенно Адлерского района города. Более высокий (не 30 руб., а 50 руб.) размер курортного сбора в Сириусе позволил бы аккумулировать этой дестинации суммы, необходимые для развития собственных инфраструктурных проектов, с ориентацией на лучшие мировые практики мировых круглогодичных морских курортов.

В Ставропольском крае (на территории Кавказских Минеральных вод) сбор взимался в размере 50 руб. с самого начала эксперимента и не приостанавливался в период пандемии коронавируса 2020 г., что объясняется относительной простотой его администрирования ввиду существенного преобладания коллективных средств размещения в виде санаториев и пансионатов с лечением.

С 2022 г. в Калининградской области также планировали ввести курортный сбор в областном центре и на Балтийском побережье по максимально возможной ставке в размере 100 руб., но отложили до 2023 г. предположительно из-за того, что не были в срок введены поправки в регламентирующий его федеральный закон.

Таблица / Table

Характеристика курортного сбора в субъектах Российской Федерации на 01.01.2022 /
 Characteristics of the resort fee in the regions of the Russian Federation on 01.01.2022

Субъект РФ / Region of RF	Территории, на которых установлен курортный сбор / Territories of regions with resort fee	Обозначенный в законе период взимания курортного сбора / The statutory period for the taxation of the resort fee	Размер курортного сбора (в сутки с человека) / Resort fee (per day per person)	Основание / foundation
Республика Крым / Republic of Crimea	городские округа: Алушта, Судак, Феодосия, Ялта	до 01.05.2022 мораторий на введение	01.05–30.09–10 руб.; 01.01–30.04 и 01.10– 31.12–0 руб.	Закон Республики Крым от 30.11.2017 № 435-ЗРК/2017
Алтайский край / Altai region	город Белокуриха	01.05.2018– 31.12.2022; кроме 03.07.– 31.12.2020	в 2018 и 2021– 30 руб.; в 2019– 2020–50 руб.; в 2022–50 руб.	Закон Алтайского края от 01.11.2017 № 76-ЗС
Краснодарский край / Krasnodar region	городской округ «Сириус» города Анапа, Геленджик, Горячий Ключ; городские и сельские поселения: Новомихайловское, Джубгское, Небугское, Шепсинское, Тенгинское, Ейское, Должанское	16.07.2018– 31.12.2022; кроме 01.06– 31.12.2020	16.07.2018– 31.05.2020–10 руб.; 01.06. – 31.12.2020–0 руб.; 01.01–31.12.2021– 10 руб.; 01.01.– 31.12.2022–30 руб.	Закон Краснодарского края от 27.11.2017 № 3690-КЗ
	город-курорт Сочи		01.01–31.12.2022– 50 руб.	
Ставропольский край / Stavropol region	города-курорты: Ессентуки, Железноводск, Кисловодск, Пятигорск	01.05.2018– 31.12.2022	50 руб.	Закон Ставропольского края от 08.12.2017 № 130-КЗ

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

Имеет существенный научно-практический интерес сравнительный анализ поступлений курортного сбора. За 2018–2020 гг. они составили⁶:

- в Алтайском крае — 85, 51 млн руб.;
- в Краснодарском крае — 393, 22 млн руб.;
- в Ставропольском крае — 637,73 млн руб.

Согласимся с выводами М. Р. Пинской, Ю. А. Стещенко, что «во второй год реализации эксперимен-

⁶ По данным Управления Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности URL: <https://tourism.alregn.ru/pages/kurortnyy-sbor1>, Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края URL: <https://kurort.krasnodar.ru/activity/kurortnyy-sbor/itogi-goda>, Министерства туризма и оздоровительных курортов Ставропольского края URL: <http://mintourism26.ru/eksperiment-kurortnyy-sbor/o-provedenii-eksperimenta-po-razvitiyu-kurortnoy-infrastruktury-v-stavropolskom-krae/>

та поступления курортного сбора в местные бюджеты выросли, т.е. с фискальной точки зрения сбор достаточно привлекателен» [6, с. 145]. Поступления 2020 г. не являются репрезентативными, так как существенно сократился поток туристов, вводился мораторий на удержание сбора в Алтайском крае и Краснодарском крае. Статистики поступлений за весь 2021 г. пока нет, но имеющиеся предварительные данные показывают восстановление сумм сбора до уровня 2019 г.

Отметим также, что решающее значение играет размер сбора — при его сумме в 10 руб., расходы на его администрирование составят, возможно, существенную часть от его поступления, и тогда нарушится один из принципов налогообложения — экономность взимания. Если сравнивать размер

поступлений в Краснодарском и Ставропольском краях, то, несмотря на то, что первый является лидером по туристским поездкам, незначительная сумма курортного сбора в 2018–2020 гг. (10 руб.) привела к тому, что его поступления составили 62% от поступлений этого сбора во втором сравниваемом регионе, где его размер равнялся с момента введения 50 руб.

Для аккумулирования и распределения сборов в экспериментальных регионах созданы Фонды развития курортной инфраструктуры для распоряжения собранными средствами. Важное значение имеет целевое использование полученных от курортного сбора средств. Так, в Краснодарском крае из 225 млрд руб. поступивших средств от курортного сбора за 2019 г. лишь 75,3 млрд руб. израсходовано на благоустройство муниципалитетов, участвовавших в эксперименте⁷. Только с 2020 г. между муниципалитетами распределяются 100% доходов.

ВЗИМАНИЕ КУРОРТНОГО СБОРА ЗА РУБЕЖОМ

Зарубежная практика взимания курортного сбора подтверждает целесообразность децентрализованного подхода к его введению и дифференциации размера сбора в зависимости от различных факторов. В зарубежных странах курортный сбор активно применяется, имея различные условия взимания и размеры. Большинство стран взимают курортный сбор при заселении в отель, например во Франции — при оплате за проживание в квитанции отеля отмечается отдельной строкой сумма сбора либо оплата включается в общую стоимость с припиской «туристический сбор включен».

Российским отельерам следует присмотреться к этому опыту, поскольку в настоящее время оплата курортного сбора во многих российских средствах коллективного размещения осуществляется отдельно от оплаты номера, что требует больше времени на оформление. Эксперты отмечают, что «туристы не против уплаты курортного сбора, но людей раздражает время, которое тратится на его оформление, особенно при массовых заездах в гостиницы на пике сезона»⁸.

⁷ Курортный сбор: результаты 2019 года. URL: <https://www.kubzsk.ru/news/11625>.

⁸ Курортного сбора в Крыму в 2021 году не будет / Ассоциация туроператоров России. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53743.html>.

На размер курортного сбора во многих странах оказывает такой фактор, как категория объекта размещения: чем выше звездность отеля, тем больше размер курортного сбора. Однако во всех странах установлен его максимально возможный размер. Так, во Франции используется тарифная сетка, которая утверждается Правительством; местные власти самостоятельно устанавливают ставку туристического налога в зависимости от стоимости проживания в номере, но не более максимальной фиксированной ставки, указанной в тарифной сетке⁹.

ВЫВОДЫ

Перспективными направлениями совершенствования практики взимания курортного сбора в Российской Федерации являются:

1) с позиции теории — кодификация курортного сбора (внесение его в Налоговый кодекс Российской Федерации, что будет способствовать практике его распространения на другие регионы);

2) с позиции администрирования:

- усиление административного контроля за местами размещения туристов. Эту работу следует проводить совместно с представителями ФНС России, так как такие места коллективного размещения часто работают вне правового поля. Их легализация позволит увеличить собираемость иных фискальных платежей с турбизнеса (как минимум, налога на прибыль организаций или налога при упрощенной системе налогообложения с дохода, НДФЛ и социальных взносов с оплаты труда сотрудников);

- общественный контроль над расходованием собранных с помощью курортного сбора средств, приобщение к этому процессу местных сообществ;

- информационные таблички на всех объектах инфраструктуры, обустроенных на средства курортного сбора;

- информационная поддержка лояльного отношения плательщиков к курортному сбору (через видеоконтент, типографскую продукцию в местах размещения, информационные посты в социальных сетях и т.д.);

- оперативное размещение информации о собранных средствах уполномоченным реги-

⁹ Paris Taxe de séjour à Paris. URL: <https://en.parisinfo.com/practical-paris/money/tourist-tax>.

ональным органом, что будет способствовать прозрачности расходования средств и стимулировать операторов сбора к его взиманию.

Совместная реализация этих мероприятий «позволит сделать курортный сбор источником развития туристской инфраструктуры соответствующих территорий» [7, с. 75].

Подводя итоги, выделим, что в настоящее время впечатления стали полноценным экономическим предложением. Именно ради получения эмоций туристы отправляются в различные дестинации, поэтому экономика впечатлений формируется под воздействием определенных потребностей у туристов, способствуя развитию туристских компаний и туристских дестинаций.

Особенностью индустрии туризма является ее мультипликативный эффект, выражающийся в способности оказывать косвенное влияние на взаимодействующие с ним отрасли (транспорт, общественное питание, индустрию развлечений и т.д.) как конкретной дестинации, так и региона, страны в целом. Такое тесное межотраслевое взаимодействие обуславливает возникновение теоретико-методологического недостатка — отсутствие четких границ и структуры индустрии туризма, поэтому формулировка показателя «объем налоговых поступлений в бюджет (федеральный/

региональный /местный) от туристской индустрии» достаточно условна.

Налоговое регулирование индустрии туризма возможно по двум направлениям:

- стимулирование въездного туризма на национальную территорию (экспорт туристских услуг),
- дополнительное и повышенное налогообложение в туристской индустрии (наиболее часто применяется на практике). Так, в мировой практике давно и широко распространено взимание туристического (туристского/гостиничного/ курортного) налога/сбора.

Сравнительный анализ поступлений курортного сбора в трех регионах Российской Федерации (Алтайский край, Краснодарский край, Ставропольский край) за 2018–2020 гг. показал, что важное значение играет размер сбора — при его заниженной сумме в 10 руб., возможно, будут покрыты только расходы на его администрирование, и дополнительным источником финансирования расходов муниципалитетов он не будет.

Можно с уверенностью сделать общий вывод, что налоговое регулирование должно способствовать расширению легального туристского рынка и соответственно его налоговой базы, а не просто повышать налоговые ставки, создавая негативное влияние на потребительский спрос.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Пайн Д., Гилмор Д.Х. Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена. М.: Изд. дом «Вильямс»; 2005. 298 с.
2. Шестакова Е.Н. Экономика впечатлений: актуальные тренды внутреннего туризма. Мат. Всеросс. конф. «Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент». Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та; 2019:86–88.
3. Ритцер Дж. Макдональдизация общества. М.: Праксис; 2011. 592 с.
4. Овчаров А.О. К вопросу о совершенствовании статистического учета туристских поездок в условиях кризиса. *Вопросы статистики*. 2021;28(2):67–79. DOI: 10.34023/2313-6383-2021-28-2-67-79
5. Кулаков В.В. Совершенствование мониторинга налогового вклада туризма в экономику региона. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кулаков Вадим Валентинович. Байкальский государственный университет экономики и права. Иркутск; 2013. 23 с.
6. Пинская М.Р., Стешенко Ю.А. Туристический налог и его значение для территориального развития. *Экономика. Налоги. Право*. 2021;14(6):137–149. DOI: 10.26794/1999-849X-2021-14-6-137-149
7. Цепилова Е.С. Курортный сбор в РФ — результаты и перспективы налогового эксперимента. *Sochi Journal of Economy*. 2021;15(1):67–75.
8. Донскова Л.И., Редькин А.Г., Макаров А.А. Вопросы государственного регулирования туризма: обзор публикаций зарубежных авторов. *Наука и туризм: стратегии взаимодействия*. 2020;1(12):5–13.
9. Овчаров А.О. Оценка туристских налоговых поступлений в бюджетную систему РФ. *Налоги и налогообложение*. 2014;119(5):467–475. DOI: 10.7256/1812-8688.2014.5.12340

10. Цепилова Е.С. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа и туристско-рекреационные кластеры как инструменты развития туризма. *Финансовые исследования*. 2021;3:80–91.

REFERENCES

1. Pine D., Gilmore D.H. Economy of impressions. Work is theater, and every business is a stage. M.: Williams; 2005. 298 p. (In Russ.).
2. Shestakova E.N. Economy of impressions: current trends in domestic tourism. Proc. All-Russ. conf. The Experience Economy: Museum, Event, and Tourism Management. Perm: Publishing House Perm. nat. research polytechnic university; 2019:86–88. (In Russ.).
3. Ritzer J. McDonaldization of society. Moscow: Praxis; 2011. 592 p. (In Russ.).
4. Ovcharov A. O. On the issue of improving the statistical accounting of tourist trips in a crisis. *Voprosy statistiki = Questions of statistics*. 2021;28(2):67–79. (In Russ.). DOI:10.34023/2313–6383–2021–28–2–67–79
5. Kulakov V.V. Improving monitoring of the tax contribution of tourism to the economy of the region. Cand. econ. sci. diss. Synopsis. Irkutsk: Baikal State University of Economics and Law; 2013. 23 p. (In Russ.).
6. Pinskaya M.R., Steshenko Yu.A. Tourist tax and its significance for territorial development. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, taxes & law*. 2021;14(6):137–149. (In Russ.). DOI: 10.26794/1999–849X–2021–14–6–137–149
7. Tsepilova E. S. Resort tax in the Russian Federation — results and prospects of the tax experiment. *Sochi Journal of Economy*. 2021;15(1):67–75. (In Russ.).
8. Donskova L.I., Redkin A.G., Makarov A.A. Issues of state regulation of tourism: a review of publications of foreign authors. *Nauka i turizm: strategii vzaimodejstviya = Science and tourism: interaction strategies*. 2020;1(12):5–13. (In Russ.).
9. Ovcharov A. O. Assessment of tourist tax revenues in the budget system of the Russian Federation. *Nalogi i nalogooblozhenie = Taxes and taxation*. 2014;119(5):467–475. (In Russ.). DOI: 10.7256/1812–8688.2014.5.12340
10. Tsepilova E.S. Special economic zones of tourist-recreational type and tourist-recreational clusters as tools for tourism development. *Finansovye issledovaniya = Financial research*. 2021;3:80–91. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Елена Сергеевна Цепилова — доктор экономических наук, доцент, профессор Сочинского государственного университета, Сочи, Россия
<https://orcid.org/0000-0002-1982-4435>
Elenatcepilova@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR

Elena S. Tsepilova — Dr. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.; Prof. of Sochi State University, Sochi, Russia
<https://orcid.org/0000-0002-1982-4435>
Elenatcepilova@mail.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 30.01.2022; принята к публикации 02.04.2022.
Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.
The article was received 30.01.2022; accepted for publication 02.04.2022.
The author read and approved the final version of the manuscript.