

Омурзакова Умут Маратовна

к.э.н., доцент Высшей школы экономики и бизнеса
Кыргызский Государственный Технический Университет им. И. Раззакова
Кыргызская Республика, г.Бишкек

Мауленова Багдат Манатовна

PhD докторант Высшей школы экономики и бизнеса
Кыргызский Государственный Технический Университет им. И. Раззакова
Кыргызская Республика, г.Бишкек

Особенности кредитования предприятий туристической отрасли коммерческими банками и финансовый анализ их кредитоспособности

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию специфики кредитования предприятий туристической отрасли коммерческими банками как важного инструмента финансирования индустрии гостеприимства и развития туристского потенциала национальных экономик. Актуальность темы определяется высокой потребностью субъектов туристического рынка — гостиниц, туроператоров, турагентств, объектов санаторно-курортной и развлекательной инфраструктуры — в банковском финансировании при одновременном наличии ряда отраслевых особенностей, существенно усложняющих процесс кредитного взаимодействия. Целью исследования является выявление и систематизация ключевых характеристик банковского кредитования туристических предприятий, оценка кредитных рисков, присущих данной отрасли, и выработка предложений по совершенствованию механизмов кредитования. В работе рассмотрены специфические черты туристического бизнеса, оказывающие непосредственное влияние на условия и доступность банковского кредита: высокая сезонность доходов и денежных потоков, низкая ликвидность активов, значительная капиталоемкость инвестиционных проектов, зависимость от внешних факторов — геополитической обстановки, валютных колебаний, пандемических и природных рисков. На основании проведенного анализа выявлены основные барьеры доступа туристических предприятий к банковскому финансированию и сформулированы рекомендации по развитию специализированных кредитных продуктов, учитывающих сезонность бизнеса, риск-профиль отрасли и необходимость государственно-частного партнерства в финансировании туристической инфраструктуры

Ключевые слова: кредитование, коммерческие банки, туристическая отрасль, кредитный риск, залоговое обеспечение, аналитика, кредитоспособность заёмщика.

Omurzakova Umut Maratovna

Candidate of Economics, Associate Professor, Higher School of Economics and Business
Kyrgyz State Technical University named after. I. Razzakova
Kyrgyz Republic, Bishkek

Maulenova Bagdat Manatovna

PhD doctoral student at the Higher School of Economics and Business
Kyrgyz State Technical University named after. I. Razzakova
Kyrgyz Republic, Bishkek

Features of lending to enterprises in the tourism industry by commercial banks and financial analysis of their creditworthiness

Abstract. This article examines the specifics of commercial bank lending to tourism enterprises as an important tool for financing the hospitality industry and developing the tourism potential of national economies. The relevance of this topic is determined by the high demand for bank financing

among tourism market participants—hotels, tour operators, travel agencies, resort and entertainment facilities—while also confronting a number of industry-specific features that significantly complicate the lending process. The aim of the study is to identify and systematize the key characteristics of bank lending to tourism enterprises, assess the credit risks inherent in this industry, and develop proposals for improving lending mechanisms. The paper examines the specific features of the tourism business that directly impact the terms and availability of bank loans: high seasonality of income and cash flows, low asset liquidity, significant capital intensity of investment projects, and dependence on external factors—the geopolitical situation, currency fluctuations, pandemic and natural risks. Based on the analysis, the main barriers to tourism businesses accessing bank financing were identified and recommendations were formulated for developing specialized credit products that take into account the seasonality of the business, the industry's risk profile, and the need for public-private partnerships in financing tourism infrastructure.

Keywords: lending, commercial banks, tourism industry, credit risk, collateral, analytics, borrower creditworthiness.

Туристическая отрасль имеет ряд специфических особенностей, которые отличают её от большинства других сфер экономики и сильно влияют и на управление, и на финансирование. Основной продукт туризма – впечатления и сервис, а не материальный товар. Турист «покупает» отдых, эмоции, атмосферу, обслуживание. Это затрудняет стандартизацию качества и усложняет работу с жалобами и репутацией: ошибки в сервисе напрямую бьют по спросу.

Производство и потребление туристской услуги происходят одновременно (заселение в гостиницу, экскурсия, трансфер). Нельзя «произвести туры на склад», как товары. Поэтому важны загрузка мощностей (отелей, транспорта), гибкое управление персоналом и бронированиями.

Непроданный номер в отеле или пустое место в самолёте в конкретную дату уже нельзя продать позже. Доход навсегда потерян. Это заставляет компании использовать системы динамического ценообразования, раннего бронирования, скидок.

Большая часть оборота приходится на 2–3 пиковых сезона (летний, зимний, праздничные периоды). В межсезонье выручка резко падает, а постоянные расходы (аренда, содержание объектов, административный персонал) остаются. Отсюда – особые требования к управлению денежными потоками, резервами и кредитной нагрузкой.[1,2]

Спрос на туризм чувствителен к курсу валют, доходам населения, политической и эпидемиологической ситуации, безопасности направлений, визовой политике, природно-климатическим условиям. Любой шок (кризис, эпидемия, конфликт, стихийное бедствие) быстро отражается на загрузке и платежеспособности предприятий.

Туристические услуги относятся к категории «необязательных» расходов. При падении доходов домохозяйств или росте цен клиенты легко отказываются от поездок либо переходят в более дешёвые сегменты (внутренний туризм, короткие туры, более простой сервис). Это усиливает риск для бизнеса и для банков-кредиторов.

Один тур включает услуги множества участников: туроператоров, турагентов, авиакомпаний, отелей, транспортных компаний, экскурсионных бюро, страховых, объектов питания и развлечений. Риски и сбои у одного звена (например, банкротство туроператора или перевозчика) могут обрушить всю цепочку.

Большинство объектов размещения, турфирм, операторов активного и сельского туризма – это МСП и микропредприятия. Им часто не хватает устойчивого залогового обеспечения, «длинной» кредитной истории и квалифицированного финансового менеджмента, что осложняет доступ к банковскому финансированию.

Качество турпродукта сильно зависит от персонала «первой линии»: гидов, администраторов, сопровождающих, официантов и т.д. Инвестиции в обучение, мотивацию и корпоративную культуру здесь не менее важны, чем вложения в здания и инфраструктуру.

Туристский продукт всегда связан с конкретной территорией (природа, культура, климат, инфраструктура). Развитие туризма даёт мощный мультипликативный эффект для местной экономики: стимулирует транспорт, сельское хозяйство, строительство, сферу услуг. Поэтому государства часто поддерживают отрасль субсидиями, льготными кредитами и инфраструктурными проектами. [3,4]

Именно сочетание нематериального продукта, сезонности, высокой чувствительности к внешним шокам и доминирования МСП делает туристическую отрасль одновременно перспективной (по потенциалу роста и мультипликатору) и высокорискованной с точки зрения инвесторов и коммерческих банков.

В связи со спецификой данной отрасли оценка кредитоспособности предприятий туризма требует от банков комплексного подхода, учитывающего как стандартные финансовые показатели, так и специфические отраслевые факторы. Развитие специализированных кредитных продуктов, адаптированных к особенностям туристического бизнеса, государственная поддержка сектора и повышение финансовой грамотности предпринимателей способствуют улучшению доступа туристических компаний к банковскому финансированию.

Можем рассмотреть систему кредитования в мировой практике, для лучшего понимания этого процесса.

Таблица 1 - Мировой опыт кредитования предприятий туристической отрасли

Страна / регион	Институт / программа	Целевая группа	Форма финансирования	Ключевые особенности
Франция	Bpifrance – Prêt Tourisme, Plan Tourisme	МСП в сфере туризма, отели, рестораны, объекты досуга	Льготные инвестиционные кредиты и оборотное финансирование	Без залога по части программ; длинные сроки; возможна отсрочка выплат; приоритет проектам модернизации, цифровизации и «зелёного» перехода
Германия	KfW программы для МСП (в т.ч. туризма)	Стартапы и действующие МСП, включая турбизнес	Льготные кредиты через коммерческие банки	Государственный банк развития субсидирует ставку и берёт на себя часть риска; используется для инвестиций и пополнения оборотного капитала
Испания	Линии ICO Emprendetur	Туристские компании и ИП	Долгосрочные кредиты на инновации и инфраструктуру	Финансирование проектов в области туризма, инноваций, устойчивой мобильности; государство через ICO облегчает доступ к ресурсам и снижает стоимость заимствований

Страна / регион	Институт / программа	Целевая группа	Форма финансирования	Ключевые особенности
Страны ОЭСР (обобщённо)	Различные госгарантийные и субсидированные схемы	МСП и стартапы в туризме	Кредиты с частичными госгарантиями, гранты, инкубаторы	Рекомендуется комбинировать кредиты с гарантиями, микрофинансом и грантами; особый акцент на доступе МСП и стартапов к финансированию
Мексика, Греция, Португалия, Словения и др.	Национальные фонды и программы для туризма	МСП, стартапы, социальные предприятия	Комбинация кредитов, грантов и гарантий	Часто включают инкубаторы, акселераторы, консультации; поддерживают устойчивый и сельский туризм, цифровизацию и ESG-проекты

Европейский инвестиционный банк (EIB), Азиатский банк развития, Всемирный банк выступают соинвесторами национальных программ, предоставляя гарантии и софинансирование. EIB профинансировал 25% фонда FIT 2 во Франции и €1 млрд кредитной линии для среднего бизнеса.

ОЭСД рекомендует правительствам:

- Субсидировать стартап-стадию через гранты и инкубаторы
- Использовать гарантийные схемы вместо прямого кредитования для снижения рисков банков
- Создавать данные по финансированию туристических МСП для точной диагностики проблем
- Стимулировать банки к изучению специфики туристического сектора

Мировой опыт показывает, что эффективное кредитование туризма требует не просто льготных ставок, а комплексной экосистемы: специализированных финансовых институтов, нефинансовой поддержки (обучение, консалтинг), гибких условий погашения, адаптированных к сезонности, и инструментов снижения рисков (гарантии, equity-участие). Страны с развитыми программами (Франция, Германия, Испания) сочетают прямое государственное финансирование с привлечением частного капитала через софинансирование и гарантийные механизмы.

Международная практика показывает несколько направлений совершенствования кредитования туристических предприятий. Налоговые льготы для банков, кредитующих малый бизнес на выгодных условиях, позволяют снизить стоимость кредитных ресурсов. Государственные гарантийные фонды выступают поручителями для предприятий, не имеющих достаточного обеспечения. Частичные государственные гарантии служат заменой традиционного залога. Кредитные бюро и регистры создают финансовую историю туристических компаний, облегчая последующий доступ к финансированию. Адаптированные финансовые продукты учитывают специфику туристического сектора: более низкие процентные ставки, увеличенные сроки погашения, гибкие графики платежей, соответствующие сезонным денежным потокам. Программы государственной поддержки включают субсидирование процентных ставок, предоставление льготных кредитов через уполномоченные банки. В России, например, действует программа льготного

кредитования туристического сектора по ставке до 10,25% при возмещении части процентов из бюджета.

В странах Центральной Азии, включая Кыргызстан, развитие финансирования туристического сектора происходит при поддержке международных организаций. Азиатский банк развития, Всемирный банк, ЕБРР и другие институты предоставляют средства для перекредитования малых и средних предприятий туризма через местные банки.

Основные источники финансирования частного сектора — государственные программы поддержки ММСП и местные финансовые учреждения. Проекты предусматривают не только предоставление кредитов, но и техническую помощь, наращивание потенциала предпринимателей.

Кредитоспособность организации — это способность привлекать кредиты и выполнять все связанные с ними финансовые обязательства в полном объеме и в предусмотренные сроки. В классической банковской практике оценка кредитоспособности базируется на количественном (финансовом) и качественном анализе рисков, цель которых — определение возможности, размера и условий предоставления кредита. [5,6]

Для предприятий туристической отрасли финансовый анализ кредитоспособности приобретает особое значение ввиду их специфики: высокой сезонности денежных потоков, низкой ликвидности нематериальных активов, чувствительности к внешним шокам и преобладания малых и средних предприятий с ограниченным залоговым обеспечением. Банк, кредитующий туристическое предприятие, вынужден адаптировать стандартные аналитические инструменты к отраслевой специфике, применяя специальные поправочные коэффициенты и сценарный анализ.

В банковской практике для оценки финансового состояния заёмщика традиционно используются три группы оценочных показателей: коэффициенты ликвидности, показатели финансовой устойчивости, а также показатели оборачиваемости и рентабельности. Для туристических предприятий данная система дополняется отраслевыми индикаторами. В таблице 2 представлена система показателей, рекомендуемая при оценке кредитоспособности предприятий туристической отрасли. [7]

Таблица 2 - Система финансовых показателей оценки кредитоспособности туристического предприятия

Группа показателей	Показатель	Формула расчёта	Нормативное значение (гостиничный/туристический сектор)
Ликвидность	Коэффициент текущей ликвидности (Ктл)	Оборотные активы / Краткосрочные обязательства	1,2 – 2,0
	Коэффициент быстрой ликвидности (Кбл)	$(ДС + КФВ + ДЗ) / КО$	0,7 – 1,5
	Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал)	Денежные средства / Краткосрочные обязательства	0,2 – 0,5
Финансовая устойчивость	Коэффициент автономии (Ка)	Собственный капитал / Валюта баланса	0,5 – 0,7
	Коэффициент концентрации привлечённого капитала	Заёмный капитал / Валюта баланса	не более 0,5

Группа показателей	Показатель	Формула расчёта	Нормативное значение (гостиничный/туристический сектор)
	Соотношение долга к собственному капиталу (D/E)	Совокупный долг / Собственный капитал	0,5 – 1,5 для гостиниц
Рентабельность	Рентабельность активов (ROA)	Чистая прибыль / Средние активы	3 – 8% для гостиниц
	Чистая рентабельность продаж	Чистая прибыль / Выручка	10 – 15%
	Валовая операционная маржа (GOP margin)	Валовая операционная прибыль / Выручка	25 – 40%
Деловая активность	Оборачиваемость активов (Asset Turnover)	Выручка / Средние активы	> 0,5
	Коэффициент покрытия процентов (ICR)	EBIT / Процентные расходы	> 3,0
	Коэффициент обслуживания долга (DSCR)	EBITDA / Платежи по долгу	> 1,25
Отраслевые (туризм)	Загрузка номерного фонда (Occupancy Rate)	Занятые номера / Все номера × 100%	отраслевой бенчмарк
	RevPAR (доход на доступный номер)	Выручка от номеров / Кол-во доступных номеров	отраслевой бенчмарк
	Коэффициент сезонной волатильности выручки	Выручка пик-сезона / Выручка межсезонья	индивидуальный анализ

Ключевым показателем для оценки долговой нагрузки является коэффициент обслуживания долга (DSCR)— отношение операционного денежного потока к совокупным платежам по долгу. Для туристических предприятий значение DSCR рекомендуется анализировать как в среднегодовом разрезе, так и в разбивке по кварталам с учётом сезонных пиков и провалов.

Наряду с финансовыми показателями коммерческие банки проводят качественный анализ, включающий оценку нефинансовых факторов риска. Применительно к туристическим предприятиям качественный анализ охватывает следующие направления:

1. **Оценка менеджмента и деловой репутации.** Уровень управленческих компетенций, опыт работы собственника в отрасли, наличие стратегии управления сезонностью, профессиональная история команды;
2. **Анализ конкурентной позиции.** Местоположение объекта, уникальность туристического продукта, загрузка номерного фонда в динамике, репутация на онлайн-платформах (рейтинги на Booking, TripAdvisor, Google) — сигнал устойчивости спроса;
3. **Оценка регуляторных и правовых рисков.** Наличие лицензий, соответствие санитарным, противопожарным и строительным нормам, риски изменения визовой политики и туристического законодательства;

4. **Анализ зависимости от отдельных сегментов.** Диверсификация по источникам дохода (внутренний/въездной туризм, индивидуальные туристы/корпоративный сегмент/туроператоры) снижает концентрационный риск;

5. **Кредитная история и финансовая дисциплина.** Наличие просроченных задолженностей, судебных исков, налоговой задолженности, история обслуживания предыдущих кредитов.

Оценка деловой репутации онлайн приобретает всё большее значение: рейтинги и отзывы на агрегаторах непосредственно влияют на загрузку и выручку, делая их надёжными опережающими индикаторами финансового состояния предприятия. [8]

Туристическая отрасль представляет собой перспективный, но специфический сегмент банковского кредитования, требующий комплексного подхода, выходящего за рамки стандартных методик оценки кредитоспособности. Финансовый анализ кредитоспособности туристических предприятий должен сочетать классические коэффициентные методы с анализом денежных потоков в поквартальном разрезе, качественную оценку управленческих компетенций и репутации, а также сценарное стресс-тестирование на устойчивость к отраслевым шокам. Развитие специализированных банковских продуктов — гибких графиков погашения, адаптированных к сезонным денежным потокам, льготных программ с государственной поддержкой, замены залога государственными гарантиями — является ключевым условием расширения доступа туристических предприятий к банковскому финансированию. Вклад туризма в экономику Кыргызстана достиг в 2024 году 3,8% ВВП (около 58 млрд сомов) при турпотоке в 3,7 млн человек, что подчёркивает стратегическую значимость целенаправленной кредитной политики в отношении данной отрасли.

Список источников

1. Набиева Л. Р., Трофимов Д. Г. Направления развития кредитования субъектов туристского рынка // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2023. — № 2 (208). — С. 44–51.

2. Каримов Ж. А. Особенности банковского кредитования предприятий сферы туристических услуг // Международный журнал экономики и образования. — 2023. — Т. 9, № 2. — С. 74–91.

3. Нарзиев М. М. Сезонность туристических предприятий и её влияние на экономическую эффективность. — Бишкек : КирлибНет, 2022. — 184 с.

4. Нуралиев Т. Б. Факторы, определяющие конкурентоспособность туристической отрасли КР // Вестник КРСУ. — 2024. — Т. 24, № 1. — С. 85–93. — URL: <https://vestnik.krsu.kg/article/download/1060>

5. Шмырёва А. И., Борисенко Д. В. Банковское кредитование МСП: стратегические аспекты // Вектор экономики. — 2025. — № 6. — URL: https://vectoreconomy.ru/images/publications/2025/6/economic_theory/Shmyreva_Borisenko.pdf

6. Шпет Е. В. Анализ кредитоспособности субъекта хозяйствования: методика и практика. — Минск : БГЭУ, 2022. — 78 с.

7. Омурзакова, У. М. Цифровые механизмы повышения инвестиционной привлекательности регионов: опыт транспортной и туристической отрасли Казахстана / У. М. Омурзакова, Б. М. Мауленова, А. Б. Камзина // Актуальные проблемы устойчивого развития в условиях неопределённости : Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Самара, 11–12 ноября 2025 года. – Самара: Самарский государственный технический университет, 2025. – С. 272-279. – EDN PPAWAQ.

8. Бексултанов, А. А. Ресурсный потенциал предприятия как объекта банковского кредитования / А. А. Бексултанов, У. М. Омурзакова, Ш. О. Тайбов // Актуальные вопросы современной экономики. – 2025. – № 11. – С. 410-417. – EDN VYBYQP.