

УДК 338.482.224

Общие тенденции развития туристического рынка России в 2015 году

**Мосейчук М.И.**

Аспирант, преподаватель кафедры экономического предпринимательства Елабужского филиала Института социальных и гуманитарных знаний

Туристический рынок России в 2015 г. столкнулся со множеством проблем. В России зарегистрировано 4017 туроператоров и 12715 турагентств. Главные проблемы рынка – это участившиеся банкротства туроператоров и неравномерное местонахождение турагентств на территории страны. Более точный учет турагентств, грамотная работа с клиентами, гибкость в работе, адаптация к быстро меняющимся условиям позволили бы выйти из кризиса этой отрасли. Но эффективность внедрения этих мероприятий требует более тщательного исследования, анализа и расчетов.

Ключевые слова: туристический рынок, проблема, туроператор, банкротство, турагентство, плотность, меры.

Резким падением туристического потока из России за рубеж ознаменовались 2014-2015 гг. По данным РБК, спрос на европейские направления упал на 40 %, в Турцию – на 30 %, а количество заказанных чартеров туроператорами – на 50 % (см. рис. 1) [1].

Причин этому может быть несколько – это и ослабление курса рубля, и ужесточение визовых правил некоторых стран, рекомендации на работе «не выезжать», а также отказ туроператоров от чартеров из регионов. К примеру, Tez Tour больше не отправляет туристов в Барселону из Омска, Новосибирска и Красноярска, а в Прагу – из Казани.

Таким образом, становится актуальным исследование туристических услуг в новых условиях рынка и совершенствование этого бизнеса. Для начала рассмотрим, как функционирует эта отрасль сегодня.

На рынке туристических услуг представлены следующие субъекты – это туроператоры (организации, занимающиеся комплектацией туров и формированием комплекса услуг для туристов), турагенты (организации-посредники, занимающиеся продажей сформированных туроператором туров) и туристы [2].

По данным Федерального агентства по туризму, в Едином реестре на 2015 г. зарегистрировано 4017 туроператоров. Из них лишь 11 имеют финансовое

обеспечение суммой более 100 млн. руб. Это: «ТТ-Трэвел», «Максимайс», «Европорт», «Корал трэвел», «Пегас туристик», «Русский экспресс-Вэст», «Санмар тур», «Тез Тур», «Пегас», «Данко Трэвел», «Анатолий экспресс регионы»; а 3115 туроператора страхуют своих туристов на сумму 500 тыс. руб. (см. рис. 2).

Финансовое обеспечение – это гарантия каждому туристу возврата денежных средств, внесенных в счет договора о реализации туристского продукта



Рис. 1. Как снизилось количество российских туристов в марте 2015 г. [1]

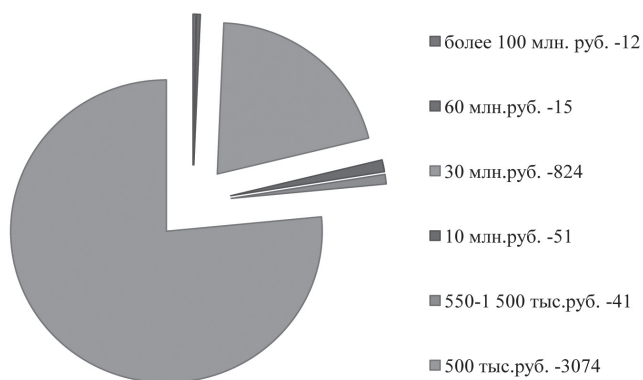


Рис. 2. Финансовое обеспечение туроператоров и их количество в каждой категории [3]

за услуги оплаченные, но не оказанные туроператором; выплата денежных средств, причитающихся туристу в возмещение реального ущерба, возникшего в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения туроператором обязательств по договору о реализации туристского продукта, в том числе денежных средств, необходимых для компенсации расходов, понесенных туристом, или в связи с непредвиденным выездом (эвакуацией) из страны (места) временного пребывания [4].

В настоящее время размер финансового обеспечения для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере международного туризма, а также в сфере внутреннего туризма, составляет 10 млн. руб. [4].

Для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере только внутреннего туризма, размер финансового обеспечения составляет от 500 тыс. руб. [4].

Таким образом, в России 3115 (78 % из общего числа 4017 ТО) туроператоров могут заниматься лишь внутренним туризмом и обеспечивать туристов гарантией финансового страхования в 500 тыс. руб. И лишь 902 могут возместить убытки туристов на сумму более 10 млн. руб. и обслуживают выезд за рубеж [3].

Такое незначительное число туроператоров (22 %, см. рис. 2), занимающихся выездным туризмом, объясняется большими рисками в этой сфере. Это и колебание курса рубля (падение рубля составило более 100 % по сравнению с 2013 г.; с 30 руб. за доллар до 70 руб.), и санкционные меры некоторых стран, и рост популярности Крыма (как направление для летнего отдыха), а также запрет выезда за рубеж по некоторым профессиям.

Многие туроператоры, не сумевшие вовремя среагировать на изменения политической и экономической ситуации, в середине 2014 г. прекратили свою деятельность. «Инарт Вояж», «Нева», «Экспотур», «Роза ветров Мир», «Лабиринт», «ИнТЭр», «Нордик Стар» и «Ветер странствий» так и не смогли возобновить свою работу. В этом списке обанкротившихся компаний нет таких авиаброкеров, как

«Идеал-тур» и «Авиачартер» и огромного количества турагентств по всей России. Список этот – далеко не полный и, к сожалению, не окончательный.

Но и туроператоры, занимающиеся внутренним туризмом, сталкиваются с немалыми проблемами. В их числе:

- слабое продвижение туристического продукта и неравномерное развитие регионов;
- неразвитость туризма малых городов, информационных центров; низкий уровень сервиса;
- большое количество гостиниц, которые не соответствуют европейскому уровню;
- малое количество отелей по типу «все включено» (А) по примеру Турции на черноморском побережье России;
- высокие цены на авиабилеты; монополизм РЖД, старые поезда [5].

Поэтому многие туристы предпочитают отдыхать самостоятельно, не прибегая к помощи туроператоров. И несмотря на то, что индустрии туризма уделяется все больше внимания как со стороны правительства, так и со стороны инвесторов, показатели внутреннего туризма России – относительно низкие.

Вторые участники туристической отрасли – турагентства – тоже испытывают трудности с привлечением клиентов. Те из них, которые давно работают на рынке, снижают стоимость тура за счет своих комиссионных вознаграждений. И это позволяет им конкурировать с новыми туркомпаниями. А турагентства, которые не наработали большую скидку у туроператора, уходят с рынка.

На сегодняшний день в России зарегистрировано 12715 турагентств [6]. Эта цифра – далеко не точная, поскольку под одним юридическим лицом могут работать сразу несколько офисов туристической компании, равно как и у одного агентства может быть несколько юридических лиц, также не все компании проходят регистрацию в реестре (это – дело добровольное). Таким образом, реальное количество турагентств посчитать очень сложно, законодательно этот момент не регулируется. Поэтому дальнейшее исследование проведем по зарегистрированным турагентствам.

Среднее соотношение количества турагентств к количеству жителей в наиболее развитых туристских странах колеблется в районе показателя 1:10 тыс. Это довольно высокий показатель. В Великобритании этот показатель равен примерно 1:10 тыс., в США – 1:14 тыс., в Бельгии – 1:10 тыс., в Нидерландах – 1:13,5 тыс., в России – 1:12 тыс. Отсюда следует, что 1 турагентство в среднем по России может обслужить 12000 человек.

В настоящее время считается оптимальным, если на 1 турагентство приходится 10-12 тыс. чел. С одной стороны, достаточно широкая сеть турагентств делает рынок туристских продаж «рынком потребителей», с другой – конкуренция – достаточно жесткая.

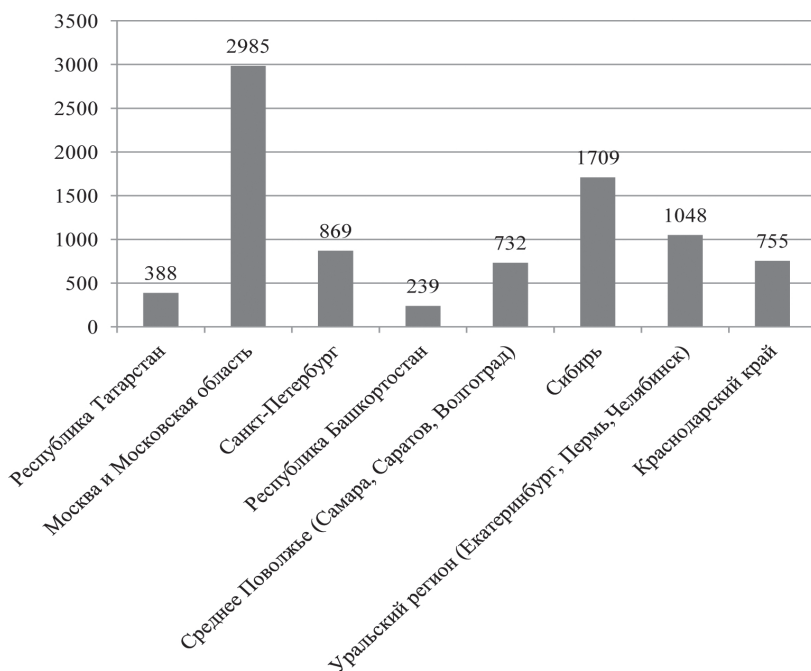


Рис. 3. Распределение турагентств по регионам России [6]

Рассмотрим более подробно этот показатель по регионам России (рис. 3).

В результате расчетов видно (табл. 1), что в целом по регионам средний показатель 1 ТА – 11000 чел., но на Урале (Свердловская, Пермская и Челябинская области) большое количество турагентств (1:3), когда как в Сибири их слишком мало, и на 1 туркомпанию приходится 17-20 тыс. чел. Это объясняется природными условиями и малой плотностью городов в этом регионе.

И наконец, последний субъект рынка туристических услуг – туристы. В прошлом году они тоже столкнулись с рядом проблем. Во-первых, рост стоимости путевок и виз из-за падения рубля. Во-вторых, необходимость тщательного выбора туроператора, чтобы отдых не был испорчен в случае его банкротства и неисполнения обязательств.

Новая действительность диктует свои правила. Туристическому рынку придется защищаться от колебания валют, искать способы снижения цен на путевки, совершенствовать сервис в России, осваивать новые регионы, контролировать количество тура-

гентств и более четко регулировать их деятельность. Но все это невозможно без должной поддержки государства.

Следующие меры со стороны государства могли бы повысить привлекательность данной отрасли:

1) ввести административную ответственность за несвоевременную сдачу отчетности в территориальные и федеральные органы Росстата;

2) учет турагентств – при оформлении турагентства в налоговом органе и его дальнейшей работе четко определять количество фактических адресов компании (отмечать наличие филиалов, представительств);

3) инвестиции в строительство отелей и средства размещения международного уровня, которые смогли бы конкурировать с европейскими и мировыми сетями. Это можно обеспечить

путем привлечения отелей мировых сетей и предоставлением со стороны государства налоговых и иных льгот владельцам предприятий сферы туризма в этом регионе.

В свою очередь, туристические компании могли бы повысить уровень обслуживания клиентов в России за счет обучения персонала, улучшить техническую оснащенность, ввести новую маркетинговую политику, застраховать свою деятельность от колебания валюты, найти замену Турции и Египту (качественный отдых по низким ценам без получения визы). Но эффективность внедрения этих мероприятий требует более тщательного исследования, анализа и расчетов.

Следует также отметить, что проведение спортивных и иных мероприятий (Универсиада 2013, Чемпионат мира по водным видам 2015, Чемпионат мира по футболу 2018, WorldSkills 2019) повышает популярность российских городов и привлекает все больше и больше туристов.

Таким образом, туристический рынок России столкнулся с рядом проблем, которые связаны с политической и экономической

ситуацией в мире. Достаточное количество внутренних противоречий в бизнесе также не дают ему развиваться. Эта сфера нуждается в преобразованиях, которые приведут к желаемому результату, т.е. туристическая отрасль России сможет устойчиво развиваться и вносить весомый вклад в ВВП страны.

Таблица 1
Количество жителей на 1 ТурАгентство, тыс. чел. [6]

| | Татарстан | Москва | Санкт-Петербург | Башкирия | Поволжье | Сибирь | Урал | Юг России |
|-------------------------------|-----------|--------|-----------------|----------|----------|--------|------|-----------|
| Количество турагентств, шт. | 388 | 2985 | 869 | 239 | 732 | 1709 | 1048 | 755 |
| Количество жителей, тыс. чел. | 3786 | 20204 | 6968 | 4072 | 9527 | 32641 | 2637 | 9289 |
| Соотношение, 1 ТА./тыс. чел. | 1/10 | 1/7 | 1/8 | 1/17 | 1/13 | 1/20 | 1/3 | 1/12 |

Литература:

1. РБК – бизнес. Четыре миллиона туристов попросили остаться дома. – URL: <http://www.rbc.ru/ins/business/24/05/2015/555df5db9a7947084d6534ec> (24.05.2015 г.).
2. АКГ «Интерком-Аудит» // Туроператорская и турагентская деятельность – сходства и различия». – URL: <http://www.audit-it.ru/articles/account/otrasl/a89/40849.html>. (17.05.2003 г.).
3. Федеральное агентство по туризму. – URL: <http://www.russiatourism.ru/operators/>
4. Федеральный закон 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/55a6ae254b5414ddf603c4597f8a5b9eb2b857d/
5. Карсанова Е. Как брендировать кофейня // Русский репортер. – 2012. – № 23 (252). – URL: <http://www.rusrep.ru/article/2012/06/13/kohei> (14.06.2012 г.).
6. Общероссийский генеральный реестр туристических агентств. – URL: <http://reestr-ta.ru/index.php?city=119230&p=2>

General Trends in the Russian Tourism Market Development in 2015***M.I. Moseichuk******Elabuga branch of Institute for Social and Human Knowledge***

Russian tourism market faced many problems in 2015, which caused the necessity of their close scrutiny and further action. 4017 tour operators and 12715 travel agents are registered in Russia. The main problems of the market are frequent bankruptcy of tour operators and uneven distribution of travel agencies on the territory of the country. A more accurate accounting of travel agencies, competent customer service, flexibility, adaptation to changing conditions would allow overcoming the crisis in the industry. However, the effectiveness of the implementation of these measures requires a more thorough investigation, analysis and calculations.

Keywords: tourism market, problem, tour operator, bankruptcy, travel agency, density, measures.

