

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

Марьин Александр Владимирович

старший преподаватель

ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления»

г. Москва

ОСОБЕННОСТИ КРИЗИСА В РОССИЙСКОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

***Аннотация:** в данной статье рассмотрены и проанализированы причины и последствия кризиса в российской индустрии туризма. Приведен статистический материал по ущербу, нанесенному туроператорами-банкротами туристской отрасли России и потребителям турпродукта. Предложены вероятные пути выхода из кризиса.*

***Ключевые слова:** туроператор, индустрия туризма, туристическая компания, кризис, банкротство, турист, туристический поток, финансовое обеспечение.*

По данным Ростуризма, туристский рынок ежегодно покидают несколько сотен операторов, но в большинстве случаев это небольшие туроператорские компании (рис. 1, табл. 1).

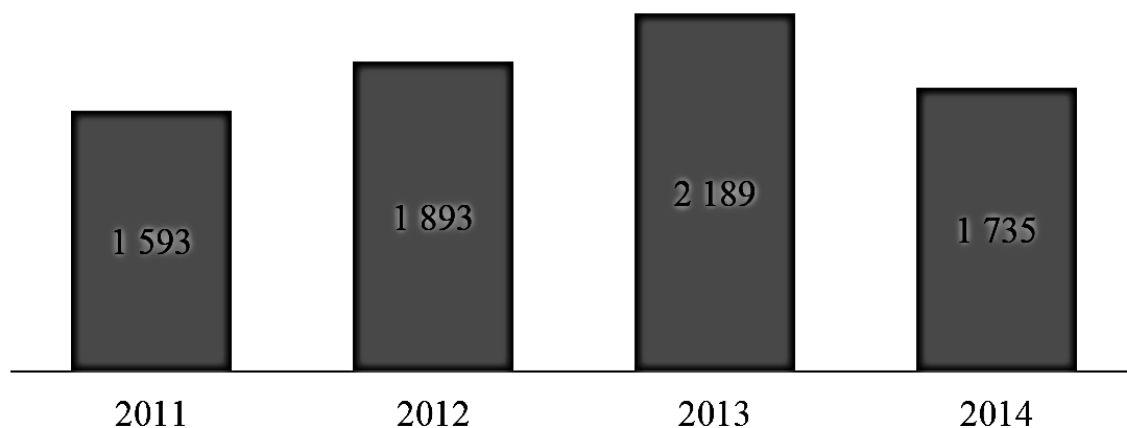


Рис. 1. Количество исключенных из реестра туроператоров

Финансовая несостоятельность туроператоров проявляется не только на российском рынке. В 2008 г. обанкротился крупный туроператор Великобритании «XL Leisure». Пострадали 285 тыс. клиентов, из которых 85 тыс. находились за границей. Было подано 56 тыс. жалоб, из них сама компания удовлетворила 15 тыс., выплатив 15 млн. фунтов компенсаций [1].

В Германии в 2013 г. обанкротилась туристическая компания «GTI Travel». В среднем же, по данным немецкой туристской ассоциации «DRV», ежегодно с рынка уходят 3-4 туроператора.

В то же время. Необходимо отметить, что ситуация на европейском туристском рынке, в отличие от российского, остается в целом стабильной. Британская компания «TUI Travel Plc» в отчете, опубликованном в третьем квартале 2014 финансового года, отметила, что прибыль за текущий отчетный период выросла на 21%, 88% ее летней программы уже продано [2].

Причины, приведшие туроператоров к приостановке деятельности, одинаковы для российского и зарубежного рынков. Компании долгое время работали за счет изъятия средств из своего оборотного капитала, что в момент падения туристского потока привело к возникновению колоссального кассового разрыва и неспособности этих компаний выполнять свои обязательства перед своими клиентами и контрагентами.

Таблица 1

Ряд российских туроператоров,
приостановивших деятельность в 2010-2012 гг [1]

Название компании	Год основания	Дата приостановления деятельности	Размер финансового обеспечения, млн руб.	Ущерб, млн руб.	Количество пострадавших туристов
ООО «КАПИТАЛ ТУР» / ООО «Компания Капитал Тур»	2003	Ноябрь 2010	100 60	1 576	8 300
ООО «Фостур ПТС» / «Фостур-Рус»	1989	Март 2011	100 / 100	98,6	Авиакомпания «Трансаэро»

ООО «Аврора Интур»	1996	Декабрь 2011	60	25	500
ООО «СиТиЭс» (CTS Travel)	2010	Декабрь 2011	30	30	2000
ООО «Компания «Международный клуб путешествий» (ИТС)	1995	Апрель 2012	30	15	400
ЗАО «Ланта-Тур Вояж»	1992	Январь 2012	100	600	3700
ООО «ЧерриТур»	2011	Сентябрь 2012	30	25,5	840
ООО «Глобал-Тревел Интернейшнл» (Сеть агентств Global Club)	2010	Сентябрь 2012	30	10	Приблизительно 25 тыс. чел.

2014 г. оказался для турбизнеса значительно хуже, чем даже кризисный 2009 г., когда снижение выездного туристского потока составило 15–20%. В 2014 г. падение спроса на туристские поездки достигло 30–50%, что привело к череде приостановлений деятельности туроператоров (табл. 2).

Все участники туристического рынка безоговорочно отмечают значительный спад потребительской активности (продажи готовых туров в 2013 г. упали 10-15%). Кроме того, сказалась на падении продаж турпродукта экономическая и политическая ситуация, а именно: снижение покупательной способности, рост курса валют, запрет на выезд за границу силовиков.

Но не только эти причины привели к массовым банкротствам туристических компаний. В связи с тем, что большинство туристических компаний объявляли о своей финансовой несостоятельности внезапно, не уведомляя своих клиентов, продавая турпродукт до «последнего дня», то можно сделать вывод, что компании и не планировали проводить свое финансовое оздоровление и возвращать деньги клиентам.

В связи с характером и условиями приостановки деятельности ряда туроператоров СКР возбудил уголовные дела по фактам мошенничества (ч. 4 ст. 159 УК). В частности, в мошенничестве подозреваются владельцы и руководители компаний «Южный крест», «Солвекс-Турне» и «Атлас Трэвел». Как считают следователи, в компаниях знали о больших долгах перед партнерами, но, не имея возможности их погасить, продолжали собирать деньги с клиентов. В результате

пострадали десятки тысяч туристов. Общий ущерб только приблизительно оценивается в несколько сот миллионов рублей. В ходе следствия были также выявлено наличие коррупционных отношений между собственниками туристических компаний и поставщиками услуг (например, авиаперевозчиком).

Таблица 2

Перечень российских туроператоров,
приостановивших свою деятельность в 2014 г [3]

Название компании	Дата инцидента / банкротства	Размер финансового обеспечения, млн руб.	Ущерб, млн руб.	Количество пострадавших туристов
Турфирма «Нева»	16 июля 2014 года	454,2 млн руб.	410 млн руб.	Около 6,5 тыс. человек остались за границей, еще 16,5 тыс. не смогли уехать
«Роза ветров. Мир»	25 июля 2014 года	60 млн руб.	более 12 млн руб.	Более 800 человек
«Экспо-тур»	30 июля 2014 года	30 млн руб.	18 млн руб.	Более 1000 человек
«Идеал-тур»	1 августа 2014 года	30 млн руб.	1,5 млрд руб.	Нет данных
«Лабиринт»	2 августа 2014 года	100 млн руб.	1,8 млрд руб.	57 тыс. человек
«Интаэр»	5 августа 2014 года	30 млн руб.	42 млн руб.	1,7 тыс. человек
«Нордик Стар»	6 августа 2014 года	30 млн руб.	Нет данных	75 человек
«Ветер странствий»	14 августа 2014 года	30 млн руб.	1 млн руб.	350 человек
«Атлас»	22 августа 2014 года	45 млн руб.	10 млн руб.	1 тыс. человек
«Солвекс-Турне»	8 сентября 2014 года	550 млн руб.	200 млн руб.	9 тыс. клиентов компании, еще 8,6 тыс. приобрели путевки.
«Южный крест»	10 сентября 2014 года	100 млн руб.	220 млн руб.	За границей в этот момент находилось около 5,8 тыс. клиентов компании
«Море солнца»	12 сентября 2014 года	30 млн руб.	Нет данных	Нет данных

«Верса»	12 сентября 2014 года	210 млн руб.	262 млн руб.	За границей отдыхало порядка 9 тыс. клиентов компании, около 6 тыс. человек приобрели туры на ближайшие месяцы
---------	-----------------------	--------------	--------------	--

Туристский бизнес чрезвычайно зависим от внешних обстоятельств, политических, природно-климатических, техногенных. Но кроме внешних факторов, есть еще внутренние факторы, то есть, технологии работы самой туристской компании. Устаревший механизм управления, отсутствие гибкого подхода в финансовой политике, неэффективный менеджмент. По сути, ряд туристических компаний занимается строительством «финансовых пирамид», что в большой степени объясняется низкими барьерами для входа компаний на российский туристический рынок.

По данным на 2013 г. в реестре туроператоров было 2187 участников [1], занимающихся международным въездным и выездным туризмом, а также 2421 компаний, специализирующихся на внутреннем туризме. По данным специалистов открытие туристической фирмы составляет около 500 тыс. руб., т.е. порог входа на рынок не высокий. Туроператор, который выходит на новое направление и стремится занять определенную нишу на рынке, серьезно снижает стоимость продукта для своих клиентов. При этом выпадающий доход представитель туриндустрии рассчитывает получить от прибыли за счет роста продаж туров в другие страны или в тот момент, когда туроператор займет лидирующие позиции по тому или иному направлению. В условиях снижения числа клиентов в последние годы получить желаемую прибыль стало крайне затруднительным (рис. 2).

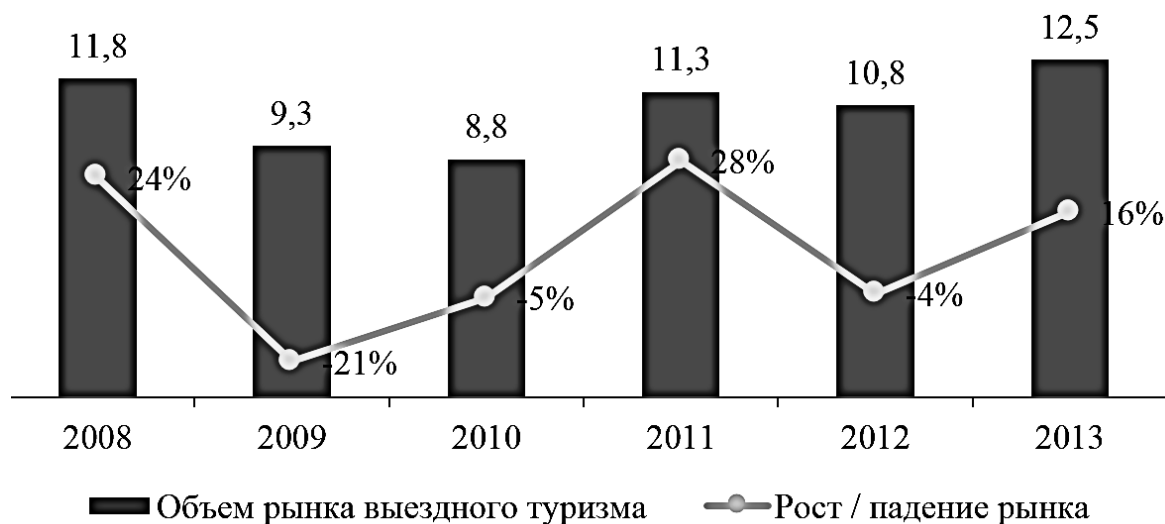


Рис. 2. Объем рынка выездного туризма в России в 2008-2013 гг [3]

В течение нескольких лет туристский поток активно рос. В 2013 г. он вырос на 19,3% по сравнению с 2012-м, а в туристических поездках побывало более 18 млн. россиян. Объем рынка выездного туризма в 2013 г. составил 12,5 млрд долларов, что на 15,7% больше, чем в 2012 г [3] Поступления от новых клиентов закрывали растущие потребности в ликвидности. За счет роста оборотов туристические компании могли продержаться на растущем рынке, а на падающем молниеносно происходит дефолт.

Но в этом году поток резко упал: сказались и ослабление рубля, и введение санкций, и общеэкономическая ситуация, из-за которой многие решили отложить поездку за рубеж. И многие крупные игроки оказались в тяжелом положении. К этим факторам добавилось недоверие потребителей ко всем туроператорам. В результате в тяжелом финансовом положении оказались и многие добросовестные туроператоры.

На фоне недоверия к участникам рынка, туристы все чаще организуют свои путешествия самостоятельно. Массовый переход потребителя к самостоятельной организации путешествий туроператоры предрекали еще лет 15 назад. Капитализация основных игроков онлайн-сегмента впечатляет. В частности, рыночную стоимость американской компании Priceline (владелец Booking.com,

Agora, Kayak, Rentalcars и других активов в сфере онлайн-туризма) можно оценить в 57,8 млрд. долл. США, тогда как в октябре 2011 г. компания стоила 24,2 млрд. долл [3]

Для восстановления доверия потребителя к туристической отрасли необходим реальный механизм регулирования отрасли. Очевидно, что в сложившейся ситуации главным трендом туристического рынка станет укрупнение капитала, и такие компании, как (Tez tour, PAC Group, Натали Турс и ряд других) имеют все шансы аккумулировать значительную долю инвестиций.

Список литературы

1. Количество туроператоров по выездному туризму сократилось почти в два раза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/30543.html>
2. Онлайн-продажи туров в России показывают хорошую динамику [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/30503.html>
3. Туроператоры в поисках доверия туристов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/28420.html>