

УДК 338.48

Фынтынэ О. А.
Fyntyne O. A.

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАТОРОВ

THE FINANCIAL CRISIS IMPACT ON THE TOUR OPERATOR ACTIVITY

В данной статье представлено исследование влияния финансово-экономического кризиса на деятельность туристических операторов. Проведен анализ изменений реестра туроператоров. Также проведен ретроспективный анализ туристических услуг, предлагаемых туроператорами.

The paper studies the financial crisis impact on the tour operator business. The flow of tour operators going in or out of business has been analysed. A history study of services offered by tour operators is also included.

Ключевые слова: туризм, туристический оператор, туристический поток, туристические услуги, финансово-экономический кризис.

Keywords: tourism, tour operator, tourist traffic, tourist services, financial crisis.

2008 год ознаменовался в мире финансово-экономическим кризисом, который вначале отразился на фондовых рынках, затем стал проявляться в различных сферах экономической деятельности, не стала исключением и сфера туризма. Одно из самых главных изменений – это изменение покупательской способности и приоритетов граждан. Вследствие этого изменилось очень многое в туризме: «Арабская весна», которая перекроила географию туризма, перераспределив туристические потоки; изменения курсов валют; изменения содержания туристических услуг; изменения количества игроков на рынке туризма (банкротство туроператоров и турагентов) – вот далеко не полный список изменений в сфере туризма. Нельзя не сказать о развитии новых коммуникационных возможностей за последние 5 лет, что привело к снижению потребности у туриста в услугах туристских фирм и послужило развитием такого направления как индивидуальный туризм. Теперь сам турист может определить для себя самый выгодный и подходящий вариант, не прибегая к услугам туристских агентств. В целом, рынок индивидуального туризма увеличивается в России, а объем продаж туристских услуг через Интернет неуклонно растет, только за 2015 г. он вырос на 8 %. Авиакомпании не остались в стороне, в связи с тем, что спрос на регулярные рейсы вырос (в рамках развития индивидуального туризма), они увеличили авиасообщение в туристические регионы.

В ходе нашего исследования мы поставили цель – изучить влияние финансово-экономического кризиса на деятельность туристических операторов. Задачи исследования: изучить изменения в реестре туристических операторов с 2008 по 2015 год; выявить изменения в деятельности туристических операторов под влиянием финансово-экономического кризиса.

Финансово-экономический кризис значительно повлиял на сферу туризма не только в России, но и во всем мире. Одни из экспертов видят в этом негативное влияние, другие, наоборот, позитив.

Новый этап в деятельности туристических операторов начался с 2007 г., когда в России заработал Реестр туроператоров (1 июня 2007 г.). Вступили в силу поправки в закон «Об основах туристской деятельности в РФ». Они, в частности, ввели механизм финансового обеспечения, обязав оператора ежегодно страховать свою ответственность либо получать бан-

ковскую гарантию. Для операторов внутреннего туризма размер финансового обеспечения составил 500 тыс. руб. в год, для операторов международного (выездного и въездного) туризма – 5–10 млн руб. в 2008 г., а с 2009 г. – 30–100 млн руб.

На данный момент существует следующая градация туроператоров:

- имеющие финансовое обеспечение в размере 100 и более млн руб.;
- имеющие финансовое обеспечение в размере 60 млн руб.;
- имеющие финансовое обеспечение в размере 30 млн руб.;
- имеющие финансовое обеспечение в размере 10 млн руб.;
- имеющие финансовое обеспечение в размере от 500 тыс. до 1 млн 500 тыс. руб.;
- имеющие финансовое обеспечение в размере 500 тыс. руб. [1].

Анализ статистических отчетов Федерального агентства по туризму при Министерстве культуры Российской Федерации позволил разобраться с динамикой изменения количества туристических операторов в России с 2008 по 2015 год.

Таблица 1

Изменения в реестре туроператоров России

Год	Количество туроператоров в ЕФР	Внутренний туризм	Международный въездной и выездной туризм	Международный въездной туризм	Количество туроператоров, исключенных из ЕФР
2008	5 289	2 058	2 206	1 025	627
2009	4 248	1 811	1 461	976	755
2010	4 593	1 858	2 169	566	649
2011	4 718	1 833	2 885	656	553
2012	4 685	1 889	2 796	580	662
2013	4 608	2 421	2 187	225	667
2014	4 275	2 626	1 649	161	393
2015	4 202	1 616	899	175	948

Как видно из табл. 1, количество туроператоров менялось. Наибольшее количество было в 2008 г. А как известно, финансово-экономический кризис начал активно проявляться в конце 2008 г. Как следствие, в 2009 г. мы уже видим 4 248 туроператоров, причем значительное сокращение произошло в сегменте международного въездного и выездного туризма. Это связано не только с общемировой тенденцией падения спроса на рынке туризма, но и с изменением обеспечения финансовых гарантий туроператоров в сторону их увеличения. Также большие изменения количества туроператоров произошли в 2015 г.

Нельзя не обратить внимание на количество туроператоров, исключенных из Единого федерального реестра туроператоров. Следует отметить, что практика исключения туроператоров находится в юрисдикции Федерального агентства по туризму при Министерстве культуры Российской Федерации, которое отслеживает текущую ситуацию по туроператорам (сроки окончания лицензий, наличие финансовых трудностей и т. д.), а также включает в ЕФР новых туроператоров, соответствующих требованиям. Самое большое количество исключенных туроператоров было в 2015 г. – 948. Это связано с значительными внешними изменениями: введение санкций против России, падение курса рубля, изменение покупательской способности граждан и их приоритетов.

Теперь давайте посмотрим на динамику изменений в целом. Как видно из табл. 1, с 2009 по 2015 год общее количество туроператоров остается одинаковым. Игроки туристического рынка осознали новые правила игры и к ним привыкли. Но при кажущейся стабильности меняется качественный состав туроператоров. Туроператоров, ориентированных на внутренний туризм, после спада 2009 года становится больше. В итоге к 2014 г. их уже 2 421.

Это связано с кардинальным поворотом в сторону внутреннего туризма, поддержкой его развития со стороны государства и пониманием его огромного потенциала как одного из механизмов экономического развития регионов, обладающих туристическими ресурсами.

Что касается международного въездного и выездного туризма, то здесь колебания существенны: 2008 г. – 2 206 туроператоров, спад в 2009 г. – 1 461 туроператор, затем с 2010 по 2013 год идет то восстановление, то увеличение и в итоге уменьшение количества туроператоров. 2014 г. и 2015 г. показывают существенное изменение. Это связано с процессами переориентации туристических потоков и увеличения доли внутреннего туризма в России.

Как видно из табл. 1, с 2009 по 2015 год идет тенденция на сокращение туроператоров, занимающихся международным въездным туризмом. В итоге за 8 лет мы видим уменьшение более чем в 5 раз, с 1 025 до 175 туроператоров. Но это не говорит о потере интереса к России со стороны иностранных туристов. Здесь произошли такие процессы как:

- переориентация деятельности туроператоров и их уход с рынка;
- поглощение более крупными туроператорами;
- слияние туроператоров.

Динамика выезда российских туристов за рубеж, выглядит неоднозначной. Если мы обратимся к табл. 2, то увидим процесс увеличения количества туристов, за исключением 2009 г. (хотя Россия не стала исключением из общемирового тренда). В то же время динамика скачкообразная. Дело в том, что в 2010 г. прирост составил 32 %, и это самый большой показатель за 8 лет. Все объясняется тем, что в 2010 г. был реализован отложенный спрос на туристические услуги. То есть те, кто в 2009 г. сэкономил на туристических поездках (а расходы на путешествия сокращают, в первую очередь, в связи с неопределенностью в момент финансово-экономического кризиса), на фоне плавного восстановления экономики в 2010 году включились в процесс туризма. Нельзя не сказать о 2014 и 2015 годах, когда туристическая отрасль России оказалась в очень сложных условиях: закрытие массовых направлений отдыха Россиян – Турции и Египта, падение курса рубля, что в итоге привело к снижению покупательской способности граждан и отказу от поездок за рубеж. Плюс международная обстановка вокруг России привела к тому, что граждане в целях безопасности переориентировались на внутренний туризм или отказались от поездок. Это означает минус 40 % турпотока по итогам 2015 г.

Таблица 2

Динамика выезда российских туристов за рубеж

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Количество туристов, млн	11,3	9,5	12,6	14,4	15,3	18,2	17,6	10,5
По сравнению с предыдущим годом, %	+21	-15,7	+32	+15	+6	+19,3	-4	-40

Для того чтобы проследить изменения в деятельности туристических операторов, мы провели ретроспективный анализ туристических услуг, предлагаемых туроператорами России с 2008 по 2015 годы, и попытались выявить общие тенденции:

1. Появление новых направлений. Туроператоры увеличили количество маркетинговых исследований туристического рынка и традиционные направления стали разбавляться экзотикой (Мексика, Кения, Мальдивы и т. д.), для удержания интереса своего клиента.

2. Внутренний туризм. С 2014 года произошло переключение на внутренний туризм, который получил новый виток развития. Стали появляться «большие туроператоры», специализирующиеся исключительно на внутреннем туризме. К примеру, национальный оператор «Алеан», хотя и работает на рынке внутреннего туризма с 1993 г., сильнейший импульс в ви-

де спроса на услуги получил именно в 2015 г. И в рамках освоения туристического рынка не только стал открывать свои представительства в регионах, но и запустил свою чартерную программу. В регионах стали появляться свои «маленькие» туроператоры, которые специализировались исключительно на приеме туристов и освоении местных туристических ресурсов, хотя раньше региональные туроператоры существовали, но их специализацией был исключительно выездной туризм. Также со стороны государства наблюдается поддержка внутреннего туризма в рамках грантов на различные исследования, разработки, идеи и проекты в сфере туризма и рекреации. Активность начали проявлять и региональные власти, развивая и поддерживая различные мероприятия этнографической направленности, способствуя возрождению народных промыслов, ремесел, традиций, через реставрацию культурных и исторических объектов, создание информационно-туристических и историко-культурных центров.

3. Удешевление туристических услуг. Многие страны сами стали занижать стоимость туристических услуг, для того чтобы зарабатывать за счет объема. В некоторых правительства ввели программу субсидирования сферы туризма для сохранения туристического потока (выплаты туроператорам на приеме за каждого приехавшего туриста). Туроператоры, в свою очередь, также пытались увеличить свой турпоток с помощью различных акций: раннее бронирование, горящие путевки, оформление Шенгенской визы, накопление бонусных миль. Кроме того, появились возможности получить рассрочку платежа от туроператора или взять кредит на туристическое путешествие. Перестраивая свою базу туристических предложений, туроператоры стали делать акцент на более дешевых вариантах, так как туристы пересмотрели свои предпочтения и, чтобы совсем не отказываться от туристического путешествия, выбирают туры дешевле. Изменилась география туристических потоков, многие страны, привычные для путешествий россиян, стали «дорогими», что привело к пересмотру спроса на эти направления. Или, к примеру, Индия: спрос остался прежним, но приоритет стали отдавать Северному Гоа, т. е. произошло качественное изменение спроса.

4. Информационная поддержка. В силу того, что количество пользователей услугами сети Интернет растет каждый год, требования, предъявляемые к информационно-поисковым системам, растут соответственно. Турист хочет теперь видеть не только красивые картинки, но и рейтинги отзывов об отеле, различную дополнительную информацию о стране и месте своего путешествия, знать специфику отдыха, правила безопасности, рекомендации туроператора и т. д. В связи с этим туроператоры стали менять свои поисковые системы. Они стали закладывать в эти системы такие составляющие, как: информативность, достоверность, оперативность, простоту и полезность. Это происходило не только для оптимизации работы с турагентами и туристами, но и для улучшения своего положительного имиджа на рынке туристических услуг в рамках конкурентной борьбы среди туроператоров. В 2013 г. у туриста впервые появилась возможность купить туристическую путевку напрямую у туроператора, без участия турагента.

5. Региональная политика. Многие туроператоры стали активно переключаться на регионы, открывать там свои представительства, уполномоченные агентства. Это привело к жесткой конкурентной борьбе с региональными туроператорами. Как правило, крупные туроператоры побеждали за счет ценового демпинга, более четкого и гибкого управления, бренда, сильной информационной поддержки, своих чартеров, более выгодных условий при работе с отелями. Но некоторые туроператоры стали активно использовать регулярные рейсы, отказываясь от чартерных перевозок в силу их неполной заполняемости. Совместные чартерные перевозки – новшество, которое стали использовать в регионах с 2014 г., когда один чартерный рейс фрахтуют два и более туроператора, причем цены на один и тот же рейс у туроператоров могут быть разными.

6. Оптимизация расходов. Это одна из важнейших тенденций, которая происходит за счет:

- урезания расходов на штат, дополнительные офисы, полиграфическую продукцию, рекламу;

- образования своих дочерних авиакомпаний (Корал авиа) и закупки самолетов в лизинг. Это снимало зависимость от расписания и блока мест;
- закупки автотранспорта на местах для организации трансферов;
- организации своих экскурсионных бюро на местах.

Таким образом, в ходе нашего исследования было установлено, что финансово-экономический кризис значительно повлиял на рынок туристических услуг. Изменился качественный состав туроператоров с перевесом в сторону внутреннего туризма.

Анализ деятельности туристических операторов в условиях финансово-экономического кризиса показал, что туристические операторы стали вносить изменения в свою работу (новые направления, удешевление туристических услуг и т. д.), менять свои поисковые системы, активно переключаться на регионы, оптимизировать расходы.

Литература

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 24 нояб. 1996 г. № 132-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Статистические показатели взаимных поездок граждан Российской Федерации и граждан иностранных государств. URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/> (дата обращения 01.11.2016 г.).