DOI: 10.17117/na.2015.10.01.268

Поступила (Received): 15.10.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.10.01.268.pdf>

Михалина Л.М., Голованов Е.Б.
Структурная характеристика кризиса Российского
выездного туризма (февраль 2014 март 2015)

Mikhalina L.M., Golovanov E.B.
Structural characteristic of the crisis the Russian
outbound tourism (February 2014 – March 2015)

Рассмотрены проблемы выездного туризма на фоне сложившейся кризисной ситуации на рынке туроператорских услуг, поскольку именно туризм считается одной из самых крупных индустрий в мире, оказывающей положительное воздействие на экономики отдельных стран и регионов. В результате выделены наиболее значимые периоды нарастающего кризиса выездного туризма
Ключевые слова: туроператоры, выездной туризм, кризис, туристские центры, туристские ресурсы

The problems of outbound tourism on the background of the current crisis in the market of tour operator services as tourism is considered to be one of the largest industries in the world, has a positive impact on the economies of individual countries and regions. The result allocated the most significant periods of the growing crisis of outbound tourism

Key words: tour operators, outbound tourism, crisis, tourism centers, tourism resources

Михалина Людмила Михайловна

Доцент

Южно-Уральский государственный университет
г. Челябинск, пр. Ленина, 81

Mikhalina Ludmila Mikhailovna

Associate Professor

South Ural state university
Chelyabinsk, pr. Lenina, 81

Голованов Егор Борисович

Кандидат экономических наук, доцент

Южно-Уральский государственный университет
г. Челябинск, пр. Ленина, 81

Golovanov Egor Borisovich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

South Ural state university
Chelyabinsk, pr. Lenina, 81

Начавшийся с первого квартала 2014 года резкий спад мировых цен на энергоресурсы, а также введение экономических санкций в отношении России в связи с событиями в Крыму и на востоке Украины обусловили общее ухудшение экономической обстановки в стране. Указанные факторы вызвали значительное снижение курса национальной валюты относительно иностранных валют, ускорение инфляции, уменьшение реальных доходов населения и значительное ухудшение ситуации в ряде отраслей российской экономики, в том числе и отечественной туриндустрии.

Несмотря на то, что кризисные явления в турбизнесе назревали задолго до их проявления, в полной мере потребители ощутили их в разгар летнего сезона 2014 года. Именно этот период стал очень непростым периодом для российской индустрии туризма – массовое банкротство российских туроперато-

ров. Однако, первые проблемы начались у туроператоров после того, как в апреле появился негласный запрет на выезд за рубеж для сотрудников силовых ведомств, на которых приходилась значительная часть продаж.

Таблица 1. Кризис выездного туризма в России в 2014 году*

Период	Характеристика	Период	Характеристика
1 волна (февраль – март 2014 г.)	Сочи – Украина – Крым. Успешное проведение олимпиады в Сочи, насильственная смена власти в Украине и возвращение Крыма в состав России, безусловно, наложили отпечаток на отечественный выездной туризм. Они способствовали одновременному всплеску антироссийских настроений в ряде европейских стран и росту политического самоуважения у россиян. Инфраструктурное развитие Сочи и экономическая доступность крымских здравниц, поддержанные Российскими властями также повлияли на выбор места отдыха россиянами в 2014 году.	3 волна (конец 2014 г.)	Обвальное падение курса рубля. Практически двукратное удорожание доллара и евро на фоне усугубляющегося кризиса в стране сделало выездной туризм для значительной части россиян практически невозможным. Зарубежные туры попали в так называемый отложенный спрос, тогда как имеющиеся реальные сбережения стали либо переводиться в валютные депозиты, либо в индивидуальные запасы товаров длительного пользования (бытовая и компьютерная техника, меховые изделия, автомобили и т.п.). Число поездок россиян за рубеж с туристическими целями по сравнению с 2013 годом сократилось на 13 %.
2 волна (июнь – октябрь 2014 г.)	Массовое банкротство туроператоров. Банкротами объявили себя 14, в т.ч. старейших, туроператоров. Причиной стала невозможность продолжения работы по применявшейся ранее технологии авансирования средств у последующих клиентов для погашения затрат на оказание услуг предыдущим. Значительное снижение спроса на выездные туры в летнем сезоне в сочетании с негибким корпоративным менеджментом породило столь серьезные финансовые проблемы у ряда крупных игроков в туристическом бизнесе, что привело к их насильственному уходу с рынка. Результатом работы турфирм в летнем сезоне 2014 года стало формирование устойчивой тенденции переориентации россиян с организованного туроператорами отдыха на самостоятельно организуемые поездки.	4 волна (с марта 2015 г.)	Отказ от граждан от раннего бронирования туров. Ввиду достаточно серьезного укрепления рубля в начале 2015 года потерпела фиаско многолетняя практика удешевления планируемого летнего отдыха за счет раннего внесезонного бронирования туров. Снижение реальной рублёвой цены туристских ваучеров заставило россиян массово отказываться от будущих поездок, расторгая ранее заключенные договоры и требуя возврата затраченных средств в национальной валюте. По сути, для туроператоров повторилась ситуация лета и осени 2014 года: годами оправдывавшая себя технология работы с клиентами оказалась несостоятельной в период национального кризиса.

* составлено авторами

По данным Росстата, в первые девять месяцев 2014 года число поездок россиян за рубеж составило 37,7 млн., сократившись на 15% по сравнению с тем же периодом 2013 года [4]. Один за другим туроператоры приостанавливали свою деятельность в связи с невозможностью выполнять обязательства перед туристами.

Падение спроса на услуги не выдержали даже такие крупные туристические компании как «Нева», «Лабиринт», «Солвекс-Турне», «Южный крест», «Верса». Их банкротство сопровождалось скандалами и тысячами туристов, оставшимися за границей без возможности вылета домой. По данным Российского союза туриндустрии (РСТ) в результате банкротства туроператоров, пострадали более 130 тысяч россиян, а у 55 тысяч клиентов туроператоров были проблемы с оплатой отелей и обратных билетов [2].

Через банкротств туроператоров обусловило рост сомнений у россиян в надежности деятельности туроператоров, в связи с чем, действующие туроператоры испытали сложности в привлечении новых клиентов. Основным ударом заграничному выездному туризму нанесло падение курса рубля – к декабрю 2014 года рубль обесценился по отношению к доллару и евро почти на 50%. Это привело к более чем к двукратному росту цен на выездной турпродукт для россиян [1]. Прежде всего, пострадали дорогие дальние направления, а также туры в большинство стран Европы. Так, поток российских туристов в Испанию за 11 месяцев снизился на 15%, а в ноябре и вовсе упал на 30%. Сократилось также число россиян в Греции, Чехии, Мексике и в ряде других стран, в конце года упал поток в Таиланд, при этом число россиян в Турции и Египте незначительно выросло. Однако, например, в Турции рост числа россиян составил 5%, а к ноябрю поток туристов упал на 19,5%.

Полагаем, можно констатировать, что кризис выездного туризма в России характеризовался последовательно сменяющимися волнами, представленными в таблице 1.

Таким образом, кризисные явления, наблюдающиеся в секторе российского выездного туризма, «автоматически» начали формировать рост спроса на внутренние туры. При этом любители пляжного отдыха переориентируются, в первую очередь, на поездки в Крым и на курорты Северного Кавказа.

Например, сегодня, Большой Сочи превратился в универсальный круглогодичный курорт, способный составить конкуренцию многим мировым направлениям. С июня по сентябрь эта часть Черноморского побережья превращается в центр пляжного отдыха, а с ноября по март – это престижный горнолыжный курорт [3; 5] с развитой инфраструктурой, достаточным количеством гостиниц и ресторанов и идеальным состоянием дорог.

Однако развитие внутреннего/местного туризма ограничивается негативными факторами, к которым относятся: отсутствие целостного взгляда на страну и отдельные её регионы как на привлекательные туристские дестинации; отсутствие маркетинговой пропаганды российских туристических направлений за рубежом; низкокачественная работа транспортных предприятий; беднота ассортимента предлагаемых услуг; неразвитость инфраструктуры туризма, в частности – нехватка гостиниц средней категории, отсутствие

развитой сети современных транспортных магистралей; нехватка профессиональных кадров для работы во внутреннем туризме; недостаточное внимание как к содержанию объектов туристского показа, так и к их эффективной эксплуатации, слабое задействование регионального инвестиционного и административного ресурсов.

Список используемых источников:

1. Итоги – 2014: самый сложный год для туризма.
URL: <http://www.interfax.ru/russia/416642>
2. Россияне отказываются ездить за границу.
URL: <http://www.dni.ru/economy/2014/9/17/280976.html>
3. События и тенденции 2015 года, способные повлиять на туризм в России. РИА Новости.
URL: <http://ria.ru/tourism/20150126/1044314948>.
4. Федеральная служба государственной статистики.
URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>
5. Михалина Л.М. Экономика предприятия туризма. Челябинск: ЮУрГУ, 2014. 90 с.

© 2015, Михалина Л.М., Голованов Е.Б.

Структурная характеристика кризиса Российского выездного туризма (февраль 2014 март 2015)

© 2015, Mikhulina L.M., Golovanov E.B.

Structural characteristic of the crisis the Russian outbound tourism (February 2014 – March 2015)