

Влияние социально-экономической ситуации на национальный и региональный туристский рынок

В статье рассматривается влияние социально-экономической ситуации в российской экономике на национальный и региональный туристский рынок

Ключевые слова: туристский рынок; тенденции развития; социально-экономическая ситуация.

Взаимное влияние туристской индустрии и общей социально-экономической ситуации в последние десятилетия достаточно очевидно. Туристический бизнес вносит все больший вклад в формирование мирового ВВП и в то же время в отдельных странах и регионах в значительной степени зависит от любых сколь-нибудь существенных макроэкономических колебаний. В частности, туристская индустрия многих стран и связанные с ней отрасли экономики ощутили негативные последствия из-за уменьшения покупательной способности российских туристов. Количество российских бронирований в Паттайе на новогодние каникулы 2015 г. упало на 70 %, на столько же уменьшилось количество российских туристов, посещающих Израиль с однодневной экскурсионной поездкой из Египта и Турции; из-за снижения потока российских туристов на 30 % сократились обороты брендовых магазинов в Австрии и т. д. [9]. Данная тенденция продолжилась в 2015 г. Снижение цен в летний период по сравнению с предыдущим годом составило в Черногории (-40 %), Болгарии (-34,8 %), Греции (-30 %) и т. п. [8]. Несмотря на общую устойчивость мирового рынка туризма, многочисленные проблемы в различных регионах приведут к снижению прогнозируемых в начале 2015 года темпов роста, которые, по предварительным оценкам, составят 3,5 % [3].

Увеличение роли туризма в мировой экономике привело, в том числе, к росту теоретических исследований влияния туризма на развитие мировой и региональной экономики. При этом глубокий всесторонний экономический анализ взаимозависимости туристической отрасли и общего состояния экономики в большинстве случаев вполне обоснованно опирается на особенности той или иной национальной или региональной экономики, поскольку вклад туризма в ВВП и занятость населения существенно различается не только в разных странах, но и в отдельных областях и регионах одной страны. Неравномерное развитие туризма в отдельных областях и регионах страны характерно и для России. В РФ есть регионы, для которых туристический бизнес является важнейшей составляющей экономического развития, к их числу относятся Краснодарский край, республики Крым, Карелия и регионы, для которых туристская составляющая в экономических показателях практически равна нулю, например республики Калмыкия, Ингушетия, Чукотский АО (по сумме доходов, поступивших от реализации турпродукта и доходов от КСР). Это косвенно подтверждается результатами первого национального рейтинга туристической привлекательности и потенциала регионов России, при построении которого использовались, в том числе, экономические составляющие, к которым относятся уровень развития туристического бизнеса (число мест в гостиницах, число жителей, занятых в сфере туризма), оборот туристических услуг (количество рублей, заработанных в сфере туризма, на каждого

* **Нина Валерьевна Савина**, старший преподаватель кафедры управления персоналом факультета социальной психологии, АНО ВО «Гуманитарный университет» (г. Екатеринбург).

жителя региона), востребованность региона у россиян и иностранцев (по количеству ночевков в гостиницах).

Лидеры рейтинга вполне традиционны, поскольку у россиян наиболее востребован пляжный отдых (Краснодарский край – 1-е место рейтинга), Санкт-Петербург и Москва – принимают около 40 % иностранных туристов, которые практически не знают другие города и регионы России. Большинство субъектов УрФО вошли во 2-ю группу данного рейтинга, объединившую регионы, набравшие от 30 до 50 баллов (табл. 1) (для сравнения: общий балл лидера рейтинга – 70,9, аутсайдера – 16,5).

Таблица 1

Место субъектов УрФО в рейтинге туристической привлекательности и потенциала регионов России [4]

№ п/п в рейтинге	Наименование субъекта РФ	Общий балл
21	Тюменская область	48,0
24	Свердловская область	46,2
29	Челябинская область	43,6
51	Ханты-Мансийский АО	34,4
62	Ямало-Ненецкий АО	30,9
75	Курганская область	23,8

Среди социально-экономических факторов, определяющих развитие туристической отрасли в Уральском регионе, можно назвать вполне традиционные для всей отечественной туристической индустрии, в том числе курс национальной валюты, относительно высокую (до недавнего времени) стоимость отдыха в России, уровень жизни и уровень доходов населения, уровень безработицы и другие факторы, формирующие общую макроэкономическую ситуацию, которая в настоящий период усугубляется влиянием политической ситуации, которая также имеет конкретные экономические последствия в виде антироссийских санкций. Экономические санкции существенно усугубили кризис российского туристического рынка, приведя к значительно более серьезным последствиям, чем во многих других отраслях.

Так, по данным платежного баланса РФ, в 2014 году наиболее существенное сокращение импорта услуг в абсолютном выражении было именно по статье «Поездки», составившее 50,4 млрд долл. США по сравнению с 53,5 млрд в 2013 году, т. е. общее падение составило почти 6 %. Основной причиной этого, по мнению специалистов, послужило значительное сокращение доходов населения в долларовом эквиваленте, благодаря чему доступность заграничного отдыха также существенно снизилась. Очевидно, что в 2015–2016 гг. данная тенденция не только сохранилась, но и значительно усилилась. Темпы падения расходов российских граждан на деловые и личные поездки за границу от периода к периоду постепенно нарастают.

Если в I квартале снижение объема импорта услуг по статье «Поездки» (по сравнению с сопоставимым периодом 2014 года) составило 2,8 млрд долларов США, или 27,5 %, то по итогам I полугодия падение превысило 29 %. В целом за 2015 г. сокращение по данной статье платежного баланса составило чуть более 30 % [10]. Результаты первых шести месяцев 2016 г. продемонстрировали, что спад в туристической отрасли еще более ускорился. По данным таблицы 2 очевидно, что падение расходов россиян на зарубежные поездки происходило опережающими темпами, по сравнению с импортом услуг в целом.

**Сравнительная динамика экспорта и импорта услуг,
в том числе по статье «Поездки»¹**

Показатель	По сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, в % (+ / -)								
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Янв. – март 2015 г.	Янв. – июнь 2015 г.	Янв. – сент. 2015 г.	Янв. – дек. 2015 г.	Янв. – март 2016 г.	Янв. – июнь 2016 г.
Экспорт услуг, всего	+7,4	+12,5	-6,2	-22,4	-23,6	-24,5	-21,3	-11,2	-7,0
в т. ч. по статье «Поездки»	-5,0	+11,4	-1,9	-25,8	-26,9	-27,2	-28,0	-29,6	-24,1
Импорт услуг, всего	+19,1	+17,9	-5,7	-23,4	-26,3	-27,9	-26,8	-23,8	-20,2
в т. ч. по статье «Поездки»	+30,1	+24,9	-5,7	-7,5	-29,2	-30,1	-30,7	-41,6	-38,0

Экспорт услуг по статье «Поездки», оставшийся в 2014 г. за счет расходов иностранных граждан по время Олимпиады в Сочи практически неизменным и составивший 11,8 млрд долл. США, в дальнейшем также показал отрицательную динамику. В I квартале 2015 г. по данной статье произошло сокращение объема предоставленных услуг на четверть (до 1,9 млрд долларов США), что было вызвано преимущественным сокращением удельного веса поездок нерезидентов из стран дальнего зарубежья, в первую очередь за счет их наиболее затратных видов: служебных и частных поездок. В дальнейшем сокращение расходов иностранных граждан во время их пребывания на территории нашей страны продолжилось, и, так же как в случае с импортом услуг по статье «Поездки», темпы падения превышали показатели в целом по экспорту услуг РФ (табл. 2).

В результате комплексного воздействия общей макроэкономической и политической ситуации в 2014–2015 годах, с одной стороны, изменились условия деятельности туристских предприятий, с другой стороны, значительно сократился спрос на услуги турфирм. Изменение условий функционирования турфирм связано как с ужесточением требований со стороны партнеров (банков, страховых компаний, отелей и т. д.), так и с закрытием наиболее востребованных туристами бюджетных направлений (Турция и Египет).

Сокращение спроса в данном случае также является многоплановым явлением. Существенное сокращение текущих доходов населения, которое всегда неизбежно приводит к изменению конъюнктуры рынка, сокращению дорогостоящих направлений и переориентации клиентов на более бюджетные варианты отдыха, в данный период привело к значительному обмелению турпотока по ряду направлений и практически полному закрытию других.

По данным Федерального агентства по туризму, за 9 месяцев 2015 года турпоток по зарубежным направлениям сократился в среднем на 31 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Наиболее существенное снижение спроса наблюдалось по таким направлениям, как Тунис (-83 %), Индия (-55 %), Китай (-53 %), Таиланд (-52 %) [13]. Данные, рассчитанные в соответствии с новой официальной статистической методологией оценки числа въездных и выездных туристических поездок, утвержденной приказом Росстата от 12 августа 2014 г., существенно меньше (падение составило чуть более 20 % как по данным за первые три квартала, так и по итогам 2015 года в целом), однако общая тенденция сохраняется. По предварительным данным за I полугодие 2016 г., выездной турпоток сократился немногим более чем на 13 % [5].

¹ Источник: [10]; расчеты автора.

Запрет на выезд в 150 стран российских военнослужащих и сотрудников силовых структур привел к еще большему сокращению емкости туристского рынка (по некоторым оценкам, данный сегмент составлял около 10 % туристского рынка [7, с. 22]), которое, вероятно, продолжится в ближайшее время. Данное предположение опирается на тот факт, что основу массового туристского потока составляет средний класс, поскольку, согласно аналитическому докладу Института социологии РАН [12], в его составе много работников так называемого третичного сектора экономики («государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное обеспечение»). Кроме того, представители среднего класса в большей степени, чем остальное население, готовы тратить свободные средства на путешествия и отдых: 19 % представителей среднего класса против 13 % среди остальных россиян.

Помимо этого, негативное воздействие на спрос оказывает некоторое снижение общего уровня комфорта пребывания российских туристов за границей, вызванное сложностями использования пластиковых карт (Visa и Master Card) и введением процедуры дактилоскопирования для получения Шенгенских виз.

Долгосрочное воздействие на уровень спроса на услуги турфирм, которое сложно оценить в настоящее время, безусловно окажет и снижение общего уровня жизни населения. Изменение данного показателя зависит не только от текущих доходов, но и от их покупательной способности, определяемой уровнем инфляции, размерами накоплений, уровнем безработицы и т. д. Темпы инфляции в РФ в 2015 г. составили 12,9 % [11] (с учетом инфляции в 2014 году в размере 11,4 % [15] рост потребительских цен за два года составил более 25 %). Аналогичный показатель по Свердловской области в 2015 г. составил 15,8 % [14].

Несмотря на незначительный рост номинальной заработной платы за данный период, реальные доходы россиян снизились. Сокращение реальных доходов жителей УрФО оказалось больше, чем в среднем по России за аналогичный период (99,3 %). В наибольшей степени это отразилось на доходах жителей Свердловской области. Данная тенденция продолжилась в 2015 г. По данным Росстата, по итогам первой половины 2015 года показатель реальных денежных доходов населения в целом по УрФО составил 95,8 % к уровню первой половины 2014 года. Сокращение отмечено во всех субъектах округа, в Челябинской области показатель снизился на 1,4 %, в Тюменской – на 2,8 %, в Курганской – на 4,3 %, в Свердловской области – на 5,4 %. Размеры реальной среднемесячной заработной платы за аналогичный период также сократились и составили в Челябинской области 93,7 % от уровня предыдущего года, в Свердловской – 91 %, в Курганской – 88,2 % [2] по сравнению с первым полугодием 2014 г., что говорит о росте доли государственных трансфертов в структуре доходов населения УрФО (данная тенденция характерна и в целом для РФ, на долю различных социальных пособий и пенсий приходится 19,3 % всех доходов россиян [1]).

Весь комплекс социально-экономических факторов, так или иначе, влияет на формирование потребительских ожиданий, в том числе долгосрочных. По данным Федеральной службы государственной статистики, рассчитывающей индекс потребительской уверенности, используемый, в том числе, для анализа поведенческой модели на потребительском рынке и оценки влияния потребительской активности на состояние экономики, на протяжении 2014–2015 гг. данный индекс демонстрирует преимущественно отрицательную динамику, что соответствует динамике реальных располагаемых денежных доходов россиян (табл. 3). Столь низкие показатели индекса потребительской уверенности последний раз наблюдались в посткризисные 1999 и 2009 годы.

Таблица 3

Общий индекс потребительской уверенности россиян [15]

2014 год				2015 год		
I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал
-11	-6	-7	-18	-32	-23	-24

Неблагоприятная экономическая ситуация в целом отразилась на российском туристском рынке. Большинство показателей в 2014–2015 гг. продемонстрировало существенную отрицательную динамику. Общая численность реализованных фирмами в 2014 г. турпакетов сократилась почти на 19 %, оказавшись на уровне 2010 г. (табл. 4), число обслуженных туристов также близко к показателям 2010 года. Немного замедлить темпы сокращения продаж позволил рост внутреннего турпотока, который обеспечил и положительную динамику общей численности турфирм на российском рынке. По данным ЕМИСС, общая численность туроператоров, работающих в сфере внутреннего туризма, возросла в 2014 г. на 8,5 % (с 2 421 до 2 626) [6]. Однако число россиян, которые в 2014 г. приобрели туры по России, выросло по сравнению с предыдущим годом весьма незначительно (+3 %) и составило 1 974 тыс. человек [18]. Сегменты международного въездного и выездного туризма, напротив, вполне закономерно продемонстрировали значительное сокращение. Деятельность в данных сегментах в течение года прекратили 538 (28,4 %) и 64 (24,6 %) [6] компании соответственно, в том числе крупнейшие в России компании «Лабиринт», «Южный Крест», «Нева Трэвел», «Идеал тур», «Солвекс Турне», «Верса» и другие. Ниша въездного туризма демонстрирует крайнюю неустойчивость, годовые колебания с амплитудой натуральных показателей до 40 %, а стоимостных – около 90 % свидетельствуют о значительной зависимости данного направления от малейших макроэкономических и политических изменений как в российской, так и в мировой экономике в целом. (Для сравнения приведена динамика основных показателей в 2008–2009 гг., по ряду параметров сжатие рынка в 2014 году оказалось более значительным, чем в посткризисном 2009-м.)

Многие компании не смогли продолжить свою деятельность, в результате чего в 2014 г., впервые с 2009-го, произошло сокращение общего числа сотрудников российских турфирм. В течение 2015 г. количество операторов, специализирующихся на выездном туризме, уменьшилось еще на 58,5 %: с 1 649 (на конец 2014 г.) до 685 компаний (по состоянию на начало 2016 г.).

Таблица 4

Динамика основных показателей деятельности российских турфирм²

Показатель	Изменение показателей в % к предыдущему году (+/-)					
	2009/ 2008	2011/ 2010	2012/ 2011	2013/ 2012	2014/ 2013	2015/ 2014
Численность турфирм	+6,5	+12,4	+4,9	+5,1	+2,6	+2,4
Средняя численность сотрудников турфирм	-4,5	-1,8	+2,5	+3,0	-9,3	+6,5
Число реализованных населению турпакетов, всего	-14,8	+1,6	+7,6	+13,0	-18,6	-8,2
в том числе:						
гражданам РФ по территории России	-19,4	+6,6	-2,7	+7,2	+2,3	+34,1
гражданам РФ по зарубежным странам	-12,9	-1,2	+12,4	+13,4	-23,3	-23,7
иностран. гражданам по территории России	-30,3	+43,8	-29,8	+45,2	-20,3	+51,4
Стоимость реализованных населению турпакетов, всего	+8,9	+4,4	+18,7	+20,1	-2,6	-1,6
в том числе:						
гражданам РФ по территории России	-12,3	+15,9	+7,0	+5,0	+6,6	+98,5
гражданам РФ по зарубежным странам	+12,8	+3,0	+20,1	+21,1	-3,5	-14,2
иностран. гражданам по территории России	-10,8	+3,4	+38,3	+94,9	-7,9	+36,9
Численность туристов, обслуженных турфирмами, всего	-8,6	-2,2	+11,4	+10,5	-14,1	-38,0
в том числе, отправленных в туры:						
по территории России	-17,7	-0,6	+3,5	+6,9	+3,0	+33,1
по зарубежным странам	-5,4	-2,6	+13,6	+11,4	-18,2	-59,6

В 2015 году основные тенденции развития российского туристского рынка не просто сохранились, но и проявились еще отчетливее, о чем, в частности, свидетельствует почти двукратный рост внутреннего турпотока в натуральном выражении. Сходные изменения наблюдались в 2014–2015 гг. на туристском рынке Свердловской области и Уральского федерального округа в целом.

² Источник: [16]; расчеты автора.

Основные показатели деятельности российских туристских фирм [16]

Показатель \ Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015 [17]
Численность турфирм ³	9 133	10 266	10 773	11 324	11 614	11 893
Средняя численность сотрудников турфирм, чел.	48 312	47 452	48 662	50 144	45 463	48 433
Число реализованных населению турпакетов – всего, тыс.	4 358,0	4 427,0	4 762,8	5 384,0	4 384,1	4 024,0
в том числе:						
гражданам РФ по территории России	872,0	929,5	904,6	969,5	991,8	1 330,7
гражданам РФ по зарубежным странам	3 366,8	3 325,9	3 737,7	4 239,5	3 252,8	2 482,0
иностран. гражданам по территории России	119,3	171,6	120,5	175,0	139,5	211,2
Стоимость реализованных населению турпакетов – всего, млн руб.	167 933,1	175 366,5	208 117,9	249 898,0	243 452,6	239 554,2
в том числе:						
гражданам РФ по территории России	18 342,6	21 265,3	22 745,7	23 875,8	25 443,9	50 517,1
гражданам РФ по зарубежным странам	148 147,6	152 609,7	183 309,2	222 002,3	214 308,3	183 970,1
иностран. гражданам по территории России	1 442,8	1 491,4	2 063,0	4 019,9	3 700,4	5 067,0
Численность российских туристов, обслуженных турфирмами – всего, тыс. чел.	8 204,3	8 023,7	8 942,2	9 883,0	8 487,1	5 261,0
в том числе отправленных в туры:						
по территории России	1 741,3	1 731,0	1 792,3	1 916,4	1 974,2	2 628,2
по зарубежным странам	6 462,9	6 292,7	7 149,9	7 966,6	6 512,9	2 632,8

Литература

1. Allinvestments.ru: все об инвестициях [Электронный ресурс]. – URL: [https:// allinvestments.ru/uroven-zhizni-v-rossii/](https://allinvestments.ru/uroven-zhizni-v-rossii/) (дата обращения: 24.01.2016).
2. Агентство новостей «Доступ 1» [Электронный ресурс]. – URL: <http://dostup1.ru/economics.html> (дата обращения: 16.01.2016).
3. Ассоциация туроператоров. Вести АТОР [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.atorus.ru/NEWS/press-centre/new/33567.html> (дата обращения: 12.01.2016).
4. Впервые определены регионы – лидеры по туристическому потенциалу [Электронный ресурс] // Российский туризм. Эксперты РТ. – URL: http://russiantourism.ru/experts-rt/experts-rt_14291.html (дата обращения: 12.01.2016).
5. Выборочная статистическая информация, рассчитанная в соответствии с Официальной статистической методологией оценки числа въездных и выездных туристских поездок [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федерального агентства по туризму. – URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/> (дата обращения: 10.10.2016).
6. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. – URL: <http://fedstat.ru/indicator/data> (дата обращения: 17.01.2016).
7. Зиганшин И. И., Овчаров А. О., Рысаева М. А. Влияние экономических санкций на развитие российского туризма // Актуальные проблемы экономики и права. – 2015. – № 1 (33). – С. 17–25.

³ Включает компании, занимающиеся туроператорской и турагентской деятельностью, продвижением туров, экскурсионной и иной туристской деятельностью.

8. Информационное агентство «РИА Новости» [Электронный ресурс]. – URL: http://ria.ru/tourism_news/20151215/1342329364.html (дата обращения: 19.01.2016).
9. Онуфриева З. Русские не едут: как туристы влияют на экономики разных стран [Электронный ресурс] // Секрет фирмы. – 02.04.2015. – URL: <http://secretmag.ru/longread/2015/04/03/kak-russki-turist-menaet-mirovuyu-economiku/> (дата обращения: 12.01.2016).
10. Платежный баланс РФ (по методологии РПБ6). Стандартные компоненты [Электронный ресурс] // Центральный банк Российской Федерации. Статистика внешнего сектора. – URL: <http://www.cbr.ru/statistics/> (дата обращения: 21.02.2016).
11. Российская газета [Электронный ресурс]. – 13.01.2016. – URL: <http://www.rg.ru/2016/01/13/inflyacia.html> (дата обращения: 15.01.2016).
12. Средний класс в современной России: 10 лет спустя [Электронный ресурс] : аналитический доклад Института социологии РАН // Официальный портал Института социологии Российской академии наук. – URL: http://www.isras.ru/analytical_report_sredny_klass_10 лет_spustya.html (дата обращения: 15.01.2016).
13. Статистические показатели взаимных поездок граждан Российской Федерации и граждан иностранных государств [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федерального агентства по туризму. – URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/> (дата обращения: 15.01.2016).
14. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://sverdl.gks.ru> (дата обращения: 16.01.2016).
15. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.01.2016).
16. Центральная база статистических данных. Основные показатели деятельности отдельных отраслей экономики. Туризм. Деятельность туристских фирм: [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/> (дата обращения: 20.01.2016).
17. Центральная база статистических данных. Основные показатели деятельности отдельных отраслей экономики. Туризм. Деятельность туристских фирм: [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/> (дата обращения: 10.10.2016).
18. Число отправленных в туры российских туристов [Электронный ресурс] // Центральная база статистических данных. Основные показатели деятельности отдельных отраслей экономики. Туризм. Число туристов по странам мира. – URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/> (дата обращения: 17.01.2016).

Nina Valer'yevna Savina,

Senior Lecturer at Human Resource Management Department,
Social Psychology Faculty,
Liberal Arts University – University for Humanities (Ekaterinburg)

The Impact of the Socio-Economic Situation on National and Regional Tourist Market

The article reveals the influence that socio-economic situation of Russia makes on national and regional tourist market.

Key words: tourist market; trends of development; socio-economic situation.