

УДК 228.48:379.85

И. И. ЗИГАНШИН,

кандидат географических наук, доцент,

А. О. ОВЧАРОВ,

доктор экономических наук, доцент,

М. А. РЫСАЕВА,

аспирант

Институт экономики, управления и права (г. Казань), Россия

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ НА РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА

Цель: оценить влияние экономических санкций на современное состояние российского туристского рынка.

Методы: анализа и синтеза, историко-логический и экономико-статистический.

Результаты: проведено сравнение рынка туристских услуг досанкционного периода с его современным положением, показаны проблемные аспекты туристской отрасли России; дана комплексная оценка напряженной ситуации, которая сложилась в настоящее время на российском рынке туристских услуг; выявлены причины кризиса выездного туризма в стране и их связь с санкционными мерами против России со стороны западных стран.

Научная новизна: на основе проведенных исследований сделан вывод о влиянии экономических санкций на современное состояние российского туристского рынка.

Практическая значимость: основные положения и выводы статьи могут быть использованы при организации туристской деятельности и прогнозировании туристского въездного и выездного потока.

Ключевые слова: экономические санкции; российский туристский рынок; туристский сезон – 2014; въездной туризм; демпинг; девальвация рубля; банкротство туроператоров; последствия санкций в сфере туризма

Введение

Классическое определение санкций связывает их с мерами принуждения политического или экономического характера, применяемыми в отношении страны, которая считается нарушителем международного законодательства. Эти меры направлены на то, чтобы заставить объект санкций следовать определенной линии поведения, согласующейся с нормами международного права [1].

Формы санкций могут быть самыми разными – от бойкотирования каких-либо отдельных мероприятий до введения полного запрета на международную торговлю товарами и услугами. Эволюция санкций такова, что если в XIX в. они были единичными «актами устрашения» (применялись, главным образом, в форме морских блокад), то уже к концу XX в. приобрели массовый характер – только за 1970–1999 гг. санкции применялись 117 раз [2].

Санкции США, ЕС и других стран, введенные в 2014 г. против РФ, и ответное продовольственное эмбарго РФ – это крайне серьезное противостояние России и Запада в новейшей постсоветской истории. Первый пакет санкций (март 2014 г.) со стороны США, Евросоюза, Австралии, Новой Зеландии и

Канады предусматривал замораживание активов и визовые ограничения для граждан РФ, включенных в специальные списки (так называемые «список ЕС» и «список США»). Дальнейшее расширение санкций привело к сворачиванию проектов, разрабатываемых совместно с российскими правительственными органами и коммерческими организациями в самых разных сферах: военно-технологическое сотрудничество, космическая отрасль, банковская сфера и т. п.

Не стала исключением и туристская индустрия. Сократились туристские потоки из России в Европу, увеличились риски реализации совместных инвестиционных проектов в индустрии гостеприимства, ухудшился имидж России как страны, благоприятной для выездного туризма. Действие экономических санкций в данной сфере усилилось по причине влияния двух других негативных факторов – девальвации рубля и краха ведущих игроков туристского рынка.

Кроме того, следует учитывать гуманитарный аспект политики санкций. Дело в том, что одна из идей концепции санкций заключается в причинении максимального вреда народу страны, ставшей объектом санкций. Это делается для того, чтобы люди стали активнее воздействовать на свое правительство с целью

изменения социально-экономических и политических условий. Другими словами, санкции в конечном счете ухудшают положение не элит, а обычных людей. Многие из них относятся к среднему классу, который с точки зрения экономики туризма является главным потребителем туристских услуг. Санкции приводят к падению жизненного уровня людей, деградации социальной сферы и сферы услуг. Сокращение объемов туристских потоков и туристских расходов являются одним из свидетельств этой деградации.

Результаты исследования

1. Российский туризм до введения экономических санкций: успехи и риски.

В новейшей российской истории национальный рынок туристских услуг прошел ряд этапов, которые характеризовались неоднозначным влиянием разнообразных рисков на функционирование туристской индустрии. В период 1992–2013 гг. (от начала рыночных реформ до введения санкций), можно выделить 3 этапа, дифференцированных по уровню и характеру воздействия факторов риска на туризм.

Первый этап (1992–2002 гг.) характеризовался сильным влиянием на туризм социально-политических и макроэкономических факторов риска, которые были обусловлены переходным периодом и нестабильностью общей социально-экономической ситуации в стране. Главная черта того периода – отсутствие четкой государственной политики в области внутреннего и въездного туризма, устаревание материально-технической базы туристского сектора и стагнация инвестиционной активности.

Отсутствие внимания к проблемам туристской индустрии в первые годы реформ явилось причиной массовой переориентации потребителей с внутреннего на зарубежный туристский рынок. Выездной туризм постепенно становился самой популярной сферой рекреации российских граждан. Так, в 1995 г. объемы выездного туризма составляли 2 607 тысяч поездок, в 2002 г. – 5 044 тысяч поездок [3].

Особой популярностью пользовались туристские программы с неполным комплексом услуг: «челночный» бизнес или «шоп-туры», которые обеспечивали услугами только по размещению и перевозке. В самой же туристской индустрии России наблюдалось сокращение сети коллективных средств размещения и количества обслуживаемых ими туристов.

Второй этап (2002–2008 гг.) можно определить как «бум спроса» на рынке туристских услуг, который был связан с преодолением кризисных явлений в российской экономике и повышением уровня жизни

населения. Доля туристских услуг, эластичных по доходам, увеличивалась даже в условиях небольшого роста реальных доходов населения. Постепенно возрастал внешнеторговый оборот туристских услуг, замедлялась инфляция, увеличивались инвестиции в туристский сектор. Однако в целом «туристский бум» был ориентирован, главным образом, на выездной сектор рынка. Низкая популярность российских туристско-рекреационных зон была связана с неразвитостью современной структуры оздоровления и развлечений, высоким уровнем цен, сезонностью российского туристского продукта и отсутствием эффективного маркетинга в отношении различных туристских программ.

Третий этап (2009–2013 гг.) – это период насыщения потребительского спроса на рынке туристских услуг, вхождения в мировой экономический кризис и относительно быстрое после него восстановление.

Динамика основных экономических показателей туристской индустрии России за последние годы, предшествующие введению экономических санкций, представлена в табл. 1. До санкций российский туризм характеризовался различными и часто противоречивыми тенденциями. С одной стороны, наблюдались позитивные изменения в туристском секторе экономики России. Так, росло число как независимых гостиниц, так и мировых гостиничных цепей (*Hilton, Kempinski, Radisson SAS, Novotel, Park Inn* и др.), увеличивался их номерной фонд и уровень загрузки. Многие индикаторы туризма демонстрировали положительную динамику. По данным *UNWTO*, в 2012 г. Россия входила в десятку мировых лидеров по двум показателям: туристским прибытиям (9-е место) и туристским расходам (5-е место) [4].

Национальная туристская индустрия активно поддерживалась и поддерживается государством – действует федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)»¹ с общим объемом финансирования около 10 млрд долларов. На основе данной программы многие российские регионы приняли собственные программы поддержки туристской сферы. Кроме того, на принципах государственно-частного партнерства в рамках работы особых экономических зон туристско-рекреационного типа ведется

¹ О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.): Постановление Правительства Российской Федерации № 644 от 2 августа 2011 г. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55071986/> (дата обращения: 23.01.2015)

Динамика индикаторов туризма в России*
(Dynamics of tourism indicators in Russia)

Индикаторы	Год						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Вклад индустрии туризма и путешествий в ВВП, %:							
прямой	1,4	1,4	1,5	1,4	1,3	1,3	1,4
общий	5,8	5,7	6,3	5,8	5,6	5,6	5,8
Число въехавших в Россию иностранных граждан (страны дальнего зарубежья; тыс. чел.)	8 347	8 551	8 361	8 266	9 194	10 175	10 869
В том числе по целям поездок:							
бизнес	2 293	2 945	2 755	3 035	3 753	4 058	3 516
туризм	2 123	2 168	2 000	2 025	2 228	2 430	2 506
частные	2 853	2 389	2 663	2 174	2 121	2 483	3 582
Число выехавших из России российских граждан (страны дальнего зарубежья; тыс. чел.)	18 692	20 464	21 638	25 487	29 271	33 142	38 521
В том числе по целям поездок:							
бизнес	1 712	1 614	1 043	1 133	1 203	975	801
туризм	9 041	10 822	9 192	12 231	14 052	14 816	17 682
частные	6 071	6 072	9 879	10 188	11 962	15 141	17 746
Объем платных услуг населению – всего, %	100	100	100	100	100	100	100
Из них:							
туристские	1,6	1,8	1,7	2,0	2,0	2,0	2,1
санаторно-оздоровительные	1,4	1,4	1,4	1,2	1,2	1,3	1,0
услуги гостиниц и аналогичных средств размещения	2,7	2,6	2,4	2,3	2,3	2,3	2,3
Индексы цен на туристские услуги (% декабрь к декабрю прошлого периода):							
услуги зарубежного туризма	106,2	122,9	107,8	100,2	105,4	103,4	109,1
санаторно-оздоровительные услуги	115,6	121,2	109,5	105,4	109,0	105,9	105,7
экскурсионные услуги	115,6	122,3	110,1	104,8	106,5	108,8	115,0
Основные показатели коллективных средств размещения (КСР):							
число КСР гостиничного типа	5 917	6 774	7 410	7 866	8 406	9 316	9 855
размещено лиц, тыс. чел.	22 125	24 742	21 175	24 026	27 112	30 235	31 661
число санаторно-курортных организаций	2 118	2 147	1 997	1 945	1 959	1 905	1 841
размещено лиц, тыс. чел.	6 071	6 356	5 774	5 674	5 733	5 751	5 675

*Источник: составлено авторами на основе данных Росстата, Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC).

строительство туристских объектов, расположенных в разных регионах страны. Для резидентов таких особых зон установлены налоговые льготы, льготы по аренде, режим свободной таможенной зоны, субсидирование части процентной ставки по банковским кредитам.

Однако позитивные тенденции развития туристской индустрии России всегда были сопряжены с рисками, связанными с неразвитостью региональной туристской инфраструктуры и угрозами терроризма, прежде всего, на территории Северного Кавказа. Косвенно это подтверждается данными Всемирного экономического форума: в 2013 г. по индексу конкурентоспособности индустрии туризма

и путешествий Россия заняла 63-е место в рейтинге из 140 стран (ее общий индекс был равен 4,16) [6]. Это на 4 позиции хуже, чем в предыдущем рейтинге. Если по своему природному и культурно-историческому потенциалу Россия получила относительно высокий субрейтинг, то уровень безопасности (113-е место в рейтинге) вызывает серьезные опасения у международных экспертов и, конечно, самих иностранных туристов. Так, по официальной российской статистике в 2012 г. в коллективных средствах размещения двух кавказских республик (Чечни и Ингушетии) не останавливался ни один иностранец, тогда как Москву и Санкт-Петербург посетило более 2 млн иностранных туристов.

2. Санкции и туризм: тенденции туристского сезона 2014 г.

Введение экономических санкций в отношении России в результате эскалации конфликта на востоке Украины привело к резкому снижению туристского потока из РФ в страны Евросоюза в 2014 г. Прежде всего, значительный отток российских туристов почувствовали такие европейские страны, как Финляндия, Греция, Австрия, Чехия (табл. 2).

Таблица 2

Динамика посещений стран Европы туристами из России за первые 9 месяцев 2013 и 2014 гг.* (Dynamics of European countries' visits by the Russian tourists in the first 9 months of 2013 and 2014)

Страна Европы	Туристские прибытия из России за 9 месяцев (январь-сентябрь), чел.		
	2013	2014	2013/2014, %
Греция	1 892 211	976 594	- 48,4
Испания	887 191	882 541	- 0,5
Финляндия	787 159	295 500	- 62,4
Германия	638 193	632 357	- 0,9
Италия	605 482	635 396	+ 4,9
Кипр	494 702	491 595	- 0,6
Болгария	478 829	481 209	+ 0,4
Чешская Республика	355 475	321 661	- 9,5
Украина	333 462	82 845	- 75,2
Франция	298 029	292 670	- 1,8
Черногория	233 672	235 266	+ 0,7
Австрия	209 277	182 459	- 12,8
Швейцария	159 189	166 633	+ 4,7
Великобритания	143 862	143 111	- 0,5

*Источник: составлено авторами на основе данных Федерального агентства по туризму Министерства культуры РФ [7].

В качестве примера европейской страны, где наблюдается резкое сокращение въездного потока из РФ, можно привести Финляндию. По результатам 2013 г. Финляндия входила в пятерку самых популярных стран у российских туристов, а в 2014 г. заняла лишь 13-е место. С января по сентябрь 2014 г. ее посетили всего 295 500 туристов из России, что на 491 659 человек меньше аналогичных показателей 2013 г. Вдвое уменьшилось количество поданных россиянами заявлений на визу (с 1 млн заявок в 2013 г. до 500 тысяч в 2014 г.), уменьшилось количество ночевки российских туристов в финских средствах размещения, а также российские туристы стали меньше тратить денежных средств на территории Финляндии (табл. 3).

Таблица 3

Динамика статистических показателей развития туристской отрасли Финляндии от въездного российского туризма за период 2013–2014 гг.* (Dynamics of statistical indicators of tourist sector development in Finland due to the Russian entrance tourism in 2013-2014)

Показатель	Год	
	2013	2014
Число туристских поездок (чел.)	787 159 (январь-сентябрь)	295 500 (январь-сентябрь)
Трафик на российско-финляндской границе	3 893 621 (январь-апрель)	3 685 370 (январь-апрель)
Число ночевки в гостиницах Финляндии (тыс.)	929	739
Количество поданных заявлений на визу россиянами (за I полугодие)	1 млн	500 тысяч.
Средняя цена аренды финских коттеджей (в евро)	840	1 400
Число перевозок российских туристов скоростными поездами «Аллегро» (тыс.)	400	396
Средние траты российского туриста (в евро)	276	236

*Источники: составлено авторами на основе данных Федерального агентства по туризму Министерства культуры РФ, Европейской комиссии по туризму (ЕКТ), Национального центра туризма «Visit Finland» [7–9].

Проведенный анализ позволил выделить 4 группы причин кризиса на выездном туристском рынке РФ:

1. Девальвация рубля и, как следствие, резкое падение спроса на выездные туры и покупательской способности национальной валюты в целом.

2. Высокая конкуренция и многолетний демпинг ведущих игроков туристского рынка, что привело к череде банкротств ряда туроператоров и высокому напряжению на рынке организованного туризма.

3. Экономические санкции и негативная политико-экономическая ситуация, сложившаяся в России и в ее взаимоотношениях с мировым сообществом (аннексия Крыма, кризис на Украине, исключение России из G8, запрет на выезд сотрудникам силовых ведомств, ухудшение отношения к туристам из России).

4. Иные причины (всплеск инфляционных ожиданий, сокращение инвестиций в туристскую индустрию, введение процедуры обязательной дактилоскопии для российских туристов при выдаче Шенгенских виз, повышение госпошлин за оформление загранпаспортов).

Детализация вышеизложенных причин позволила выявить проблемные аспекты отрасли и дать ком-

плексную оценку напряженной ситуации, которая сложилась в настоящее время на российском рынке туристских услуг.

1. Девальвация рубля.

Покупательская способность национальной валюты является одним из важнейших экономических показателей, который показывает, сколько среднестатистический потребитель может купить на определенную сумму денег товаров и услуг при существующем уровне цен. Переход Центробанка к режиму плавающего курса и таргетирования инфляции показывает, что российский рубль стремительно дешевеет относительно иностранной валюты. Сегодня наметилась тенденция к ослаблению национальной экономики и, как следствие, снижение покупательской способности граждан РФ. Импортные товары растут в цене, а зарплаты россиян остаются на прежнем уровне (по многим прогнозам в 2015 г. произойдет снижение реальных доходов населения). При этом дорожают не только автомобили и бытовая техника. Для большинства населения непозволительной роскошью становится отдых за рубежом – тратить валюту сейчас крайне накладно.

Динамика выездов российских туристов за рубеж (табл. 1) служит индикатором покупательской способности населения и дает почву для размышлений о спаде и подъеме туристской активности населения.

Очень сильный удар девальвация нанесла по российским туристам, обрушив главным образом европейское направление, продажи по которому сократились в сезоне 2014 г., по данным туроператоров, на 30–50 %. Так, согласно данным Российского союза туриндустрии (РСТ), в сентябре 2013 г. в системах онлайн-бронирования уже не было авиабилетов на новогодние праздники на европейском направлении. Однако в середине ноября 2014 г. авиабилеты в Европу на новогодние праздники все еще можно было приобрести.

Если посмотреть на линейку рождественских туров, предлагаемых туроператорами, работающими по Скандинавии, то можно увидеть положительную динамику спроса только на краткосрочные (3–4 дня) и комбинированные туры с охватом 2 скандинавских столиц (Хельсинки и Стокгольм). В качестве наглядного подтверждения положительной динамики потребительского спроса на краткосрочные туры по Финляндии и Скандинавии представим туры, их стоимость, степень заполняемости туристских групп на примере одного из базовых по этому направлению петербургских туроператоров «Бон Тур» (табл. 4).

Таблица 4

Круизные туры по Скандинавии и Балтике от компании «Бон Тур»*

(Cruise tours in Scandinavia and the Baltics by “Bon Tour” firm)

Название тура	Маршрут тура	Транспорт	Цена, руб.	Дата	Статус
Финляндия – Швеция 3 дн.	СПБ-Хельсинки Турку Стокгольм	Автобус + паром	6 614	02.01.15	Закрыт
Финляндия – Швеция 4 дн.	СПБ-Хельсинки Турку Стокгольм	Автобус + паром	9 259,6	02.01.15	6 мест
Финляндия – Швеция 5 дн.	СПБ-Хельсинки Турку Стокгольм	Автобус + паром	14 881,5	06.01.15	Закрыт

* Источники: составлено авторами на основе данных официального сайта туристической компании «Бон Тур» [10].

В целом же наблюдается определенный спад на скандинавском направлении, главная причина которого кроется, прежде всего, в скачкообразном движении валютного курса, нестабильной общеполитической ситуации, снижении покупательской способности россиян.

Рекордно низко упавший рубль закономерным образом приостановил поток туристов из России в Финляндию. В то же самое время финны заинтересовались туризмом в России, так как за евро можно получить 65 рублей вместо прежних 40. Российские компании предлагают сейчас турпутевки по умеренной цене: 3 ночи в гостинице предоставляют по цене двух, что указывает на то, что финских туристов хотят видеть в России.

Однако программы по продвижению финского туризма на российский рынок продолжают работать: в следующем году финское управление по туризму планирует выделить на их продвижение в России порядка 600 тысяч евро.

2. Демпинг и банкротство туроператоров.

Многие участники туристского рынка в условиях жесткой конкурентной борьбы используют различные рода тактические и стратегические приемы (ценовые уступки, сезонные распродажи и т. п.), в том числе и недобросовестные методы конкуренции, как, например, демпинг. Демпинг в самом общем понимании – это продажа товаров или услуг по ценам ниже себестоимости этих товаров и услуг. Демпинг активно применяется на туристском рынке. Крупные туроператоры, ставшие впоследствии несостоятельными («Нева», «Южный крест», «Лабиринт») использовали демпинговые схемы.

Точкой отсчета, за которой последовала череда банкротств ведущих туроператоров рынка, пришелся на самый пик отпускного периода (июль–сентябрь

2014 г.). За этот период более десяти компаний-туроператоров были вынуждены друг за другом объявлять о приостановке своей деятельности. Одновременно стала отчетливо проявляться тенденция девальвации национальной валюты. Американский доллар за этот временной промежуток по отношению к рублю вырос с 35 до 39 рублей, а европейская валюта поднялась с 47 до 50 рублей.

Перечень крупнейших туроператоров-банкротов 2014 г., разорение которых стало беспрецедентным явлением в истории современного российского туризма, приведен в табл. 5.

Представленные в табл. 5 данные наглядно свидетельствуют о том, что причины краха всех туроператоров в основной своей массе совпадают. Изучение причин банкротства каждого из них приводит к пониманию того, что проблема кроется в общей экономической и политической ситуации, продаже продуктов по искусственно заниженным ценам в силу низкого спроса и произошедшего из-за всего этого кассового разрыва. Дополнил эту картину негласный запрет на выезд за границу военнослужащих и работников силовых структур (около 10 % рынка), которые отдыхали за рубежом по нескольку раз в год и тратили большие денежные суммы.

3. Экономические санкции и негативная политико-экономическая ситуация.

Негативная политико-экономическая ситуация в России, сложившаяся в результате введения экономи-

ческих санкций, вместе с девальвацией рубля, демпинговыми войнами и разорением крупных игроков отрасли усилила кризис туристского сектора.

США, Великобритания, Германия, Латвия, Норвегия, Польша, Франция, Чехия, Швеция – вот далеко не полный перечень стран, приостановивших сотрудничество с Россией во многих ключевых отраслях экономики по причине наложенных секторальных санкций. В то же время Бразилия, Китай, Мексика, Кипр, Южная Корея, Турция – это примеры стран, которые не поддержали санкции против России, продемонстрировав свою независимую позицию.

Так каково было, есть, и, возможно, будет влияние антироссийских санкций на туристский рынок? Все ведущие игроки отрасли во главе с Ростуризмом признают, что ограничительные санкции Евросоюза и США повлияли на кризис туристской отрасли. Возник эффект всеобщего недоверия, проявляющийся в том, что изменяются условия ведения туристского бизнеса, а к самим участникам рынка ужесточаются требования иностранных партнеров, банков и страховых компаний. Эффект санкций сказывается и на настроениях потребителей туристских услуг. Если люди видят негативные новости, это сразу же сказывается на туризме, причем значительно больше, чем на других отраслях. Например, известно, что крушение самолета по всему миру вызывает на неделю, две или целый месяц двадцатипроцентное падение авиаперевозок.

Таблица 5

Список ведущих российских туроператоров, обанкротившихся в 2014 г.*
(The list of tour operators, which went bankrupt in 2014)

Наименование туроператора	Дата приостановления деятельности	Количество пострадавших туристов, тыс. чел.	Страховая компания, осуществляющая выплаты	Причины банкротства
Нева Трэвел	16.07.2014	24	СК «Восхождение»	Нестабильный курс рубля, нестабильная экономическая и политическая обстановка в стране, демпинг
Роза Ветров, Мир	25.07.2014	1,5	«БИН-Страхование», ОСАО «Ингосстрах»	Нестабильный курс рубля, нестабильная экономическая и политическая обстановка в стране
Идеал тур	01.08.2014	20	ЗАО «ОСК»	Нестабильный курс рубля, нестабильная экономическая и политическая обстановка в стране
Лабиринт	02.08.2014	65	СК «Восхождение», СОАО «ВСК»	Нестабильный курс рубля, нестабильная экономическая и политическая обстановка в стране, рекомендации на запрет выезда за границу сотрудникам внутренних служб, демпинг
Солвекс Турне	08.09.2014	17,8	СК «Восхождение», СОАО «ВСК»	Спад спроса на туропродукт на фоне банкротства ведущих туроператоров, демпинг, нестабильная экономическая и политическая обстановка в стране
Южный Крест	10.09.2014	29	РЕСО-Гарантия	Спад спроса на туропродукт на фоне банкротства ведущих туроператоров, демпинг
Верса	15.09.2014	15	Авеста, ВСК, Авангард Полис	Спад спроса на туропродукт на фоне банкротства ведущих туроператоров

* Источник: составлено авторами.

Основными последствиями для российского турбизнеса и бизнеса зарубежных партнеров по отрасли от возможного дальнейшего ввода санкционных мер против России могут стать:

- ввод более строгих условий получения виз в страны Европейского Союза;
- сложности в использовании туристами пластиковых карт в заграничных поездках (*Visa u Master Card*);
- перестройка российского туристского сектора на внутренний туризм (увеличение доли продаж внутренних перевозок, информационная пропаганда внутренних туристских поездок и развитие инфраструктуры Крыма).

4. Иные причины.

Ухудшение общей экономической ситуации в России, введение процедуры обязательной дактилоскопии для российских туристов при выдаче Шенгенских виз, грядущее повышение госпошлин за оформление загранпаспортов – все это ограничивает активность на российском туристском рынке.

Вторая половина 2014 г. обозначила явную тенденцию перераспределения спроса с европейских направлений на безвизовые курорты Турции и Египта (+20–25 %), представляющие самый низкий ценовой сегмент. Люди, ранее позволявшие себе, например, поездки в Италию, в режиме экономии в новогодний каникулярный период выберут поездки в Анталью или на египетские курорты Красного моря. Так, в декабре 2014 г. недельные туры в Египет с вылетом из Москвы предлагались российскими туроператорами по ценам от 30–50 тысяч рублей, в то время как, например, предложения в Прагу при аналогичных условиях начинались от 64–100 тысяч рублей.

Следует обратить внимание на еще одно обстоятельство, которое нельзя считать негативным для туристского рынка в целом, но которое препятствует развитию различных форм организованного туризма. Дело в том, что уход с рынка туроператоров, ранее считавшихся надежными, подорвал доверие граждан к туроператорской и турагентской деятельности. Многие российские туристы вынуждены перестать пользоваться услугами турфирм и начать организовывать свой отдых самостоятельно. Этому способствуют также простые в целом технологические операции самостоятельного бронирования отелей и авиабилетов (*Oktogo.ru, Booking.com, Agoda.ru, Hotels.com* и пр.). Данное обстоятельство в дополнение ко всем вышеперечисленным проблемам не может не волновать ведущих игроков рынка, тем более исследования потребительских предпочтений россиян подтверждают: число самостоятельных ту-

ристов увеличивается год от года. По данным международной исследовательской компании *Synovate Comcon*, в первой половине 2010 г. 24,9 % жителей городов-миллионников, выезжавших хотя бы раз в год за границу, заявляли, что не пользуются услугами турфирм. В первой половине 2012 г. таких было уже 28, 8%, а в первой половине 2014 г. – 31,9 % (около 9 млн человек) [11].

Планируемое в 2015 г. введение странами Евросоюза обязательной процедуры дактилоскопирования для российских туристов при выдаче Шенгенских виз, по оценкам АТОР, может привести к 50–60-процентному падению и без того сильно сократившегося российского турпотока в Европу и, как следствие, пополнить список нежелательных последствий развития туристской отрасли страны.

Суть процедуры состоит в том, что все российские граждане, подающие документы на визу в своем регионе, должны будут сдавать отпечатки пальцев повторять эту процедуру раз в 5 лет. Велика вероятность, что вследствие введения этого требования европейские страны понесут дополнительные финансовые потери в результате снижения российского турпотока. Так, в Великобритании до 2008 г. (до момента ввода биометрии) ежегодная доля российского въездного туризма составляла 9 %. Сразу после введения дактилоскопии турпоток в Англию сократился на 50 %. Соответственно, введение данной процедуры по всему Евросоюзу приведет к резкому падению российского спроса на европейские туры. Тяжелее всего придется тем странам, в которых российские туристы являются ощутимым «двигателем» экономики. В качестве примера мы вновь можем упомянуть Финляндию, где российские туристы тратят больше денег, чем туристы из других стран (1,3 млрд евро по итогам 2014 г.).

Что касается отечественного турбизнеса, то больше всего данное нововведение ударит по тем российским туроператорам, которые специализируются на европейских направлениях, особенно по «нишевым» туроператорам, предлагающим одну-две страны. Проблемы могут возникнуть и у туристов из регионов, в которых не будет технической возможности пройти процедуру дактилоскопирования. В итоге большинство из этих туристов поедут в безвизовые страны или будут ждать, когда эти визы отменят совсем. Отметим также, что грядущее двукратное повышение госпошлин за оформление биометрических загранпаспортов с 2 500 до 3 500 рублей также может стать фактором сдерживания роста туристского потока.

Выводы

Таким образом, 2014 г. выдался тяжелым для российского туристского рынка. В случае затяжного конфликта с западными странами (продления санкций против России) и дальнейшей девальвации рубля, следует ожидать продолжающийся спад на рынке выездного туризма.

В связи с этим, ключевой задачей повышения устойчивости российского турбизнеса в условиях экономических санкций является переход на «импортозамещение». В данном контексте это означает переориентацию российского туристского комплекса с выездного на внутренний туризм.

Это чрезвычайно сложная, но при наличии продуманной и последовательной политики реализуемая задача. Так, необходима активизация инвестиционной деятельности в форме прямых и портфельных инвестиций. Это станет возможным только при условии прекращения общего оттока капитала из российской экономики. В условиях санкций этого добиться чрезвычайно сложно, поэтому сегодня инвестиции могут осуществляться только за счет внутренних источников, с использованием механизмов государственно-частного партнерства. Турфирмы немедленно должны начать работу по формированию, совершенствованию и диверсификации туристских продуктов, связанных с различными программами внутреннего туризма. Эти программы будут иметь спрос при условии формирования и модернизации гостиничной и транспортной инфраструктуры не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и в российских регионах.

В глазах российских граждан российские регионы должны выглядеть как зоны, благоприятные для разных видов туризма. По критерию «цена-качество» они не должны уступать мировым туристским цен-

трам. Поэтому большое внимание следует уделять формированию положительного туристского имиджа российских регионов, подкрепленного конкретными действиями государства и бизнеса в части развития в этих регионах туристской инфраструктуры. И лишь тогда свое главное конкурентное преимущество – природные и социокультурные контрасты, позволяющие развивать любые виды туризма в разных местах и в любое время года – Россия сможет использовать в полном объеме.

Список литературы

1. Daoudi M.S., Dajani M.S. Economic Sanctions: Ideals and Experience. Boston: Routledge & Kegan Paul, 1983.
2. Братерский М. В. Торгово-экономические санкции: эффективность, цена, проблемы использования // Безопасность Евразии. 2009. № 2 (36). С. 335–347.
3. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b04_42/IssWWW.exe/Stg/d010/i010040r.htm (дата обращения: 19.12.2014).
4. URL: <http://www.e-unwto.org/content/r13521/fulltext.pdf> (дата обращения: 19.12.2014).
5. URL: <http://www.wttc.org>. (дата обращения: 19.12.2014)
6. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf. (дата обращения: 19.12.2014).
7. URL: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 19.12.2014).
8. URL: <http://www.tourism/europe/> (дата обращения: 18.12.2014)
9. URL: <http://visitfinland.com.ru> (дата обращения: 20.12.2014).
10. URL: <http://www.bontour.ru> (дата обращения: 20.12.2014).
11. URL: <http://www.comcon-2.ru> (дата обращения: 21.12.2014).

В редакцию материал поступил 29.12.14

© Зиганшин И. И., Овчаров А. О., Рысаева М. А., 2015

Информация об авторах

Зиганшин Ирек Ильгизарович, кандидат географических наук, доцент, заведующий кафедрой гостиничного и туристического бизнеса, Институт экономики, управления и права (г. Казань)

Адрес: 420111, г. Казань, ул. Московская, 42, тел.: (843) 231-92-90.

E-mail: ziganshin@ieml.ru

Овчаров Антон Олегович, доктор экономических наук, профессор кафедры гостиничного и туристического бизнеса, Институт экономики, управления и права (г. Казань)

Адрес: 420111, г. Казань, ул. Московская, 42, тел.: (843) 231-92-90.

E-mail: anton19742006@yandex.ru

Рысаева Марина Анатольевна, аспирант кафедры гостиничного и туристического бизнеса, Институт экономики, управления и права (г. Казань)

Адрес: 420111, г. Казань, ул. Московская, 42, тел.: (843) 231-92-90.

E-mail: marar_rus85@mail.ru

Как цитировать статью: 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.

I. I. ZIGANSHIN,

PhD (Geography), Associate Professor,

A. O. OVCHAROV,

Doctor of Economics, Professor,

M. A. RYSAYEVA,

Post-graduate student

Institute of Economics, Management and Law (Kazan), Russia

INFLUENCE OF ECONOMIC SANCTIONS ON THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN TOURISM

Objective: to estimate the influence of economic sanctions on the current state of the Russian tourist market.

Methods: analysis and synthesis, historical-logical and economic-statistical methods.

Results: the pre-sanction condition of the tourist market is compared with its current condition. The problem aspects of the Russian tourist sector are shown. The complex estimation is given to the tense situation in the Russian tourist market.

Practical value: the main provisions and conclusions of the article can be used for tourism arrangement and predicting the entrance and exit tourist flow.

Key words: economic sanctions; Russian tourist market; tourist season of 2014; entrance tourism; dumping; ruble devaluation; bankruptcies of tour operators; consequences of sanctions on tourism.

References

1. Daoudi, M.S., Dajani, M.S. *Economic Sanctions: Ideals and Experience*. Boston: Routledge & Kegan Paul, 1983.
2. Braterskii, M. V. *Torgovo-ekonomicheskie sanktsii: effektivnost', tsena, problemy ispol'zovaniya* (Trading-economic sanctions: efficiency, price, problems of development). *Bezopasnost' Evrazii*, 2009, no. 2 (36), pp. 335–347.
3. http://www.gks.ru/bgd/regl/b04_42/IssWWW.exe/Stg/d010/i010040r.htm (accessed: 19.12.2014)
4. <http://www.e-unwto.org/content/r13521/fulltext.pdf> (accessed: 19.12.2014)
5. <http://www.wttc.org> (accessed: 19.12.2014)
6. http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf (accessed: 19.12.2014).
7. <http://www.russiaturism.ru> (accessed: 19.12.2014).
8. <http://www.tourism/europe/> (accessed: 18.12.2014)
9. <http://visitfinland.com.ru> (accessed: 20.12.2014)
10. <http://www.bontour.ru> (accessed: 20.12.2014)
11. <http://www.comcon-2.ru> (accessed: 21.12.2014)

Received 29.12.14

Information about the authors

Ziganshin Irek Ilgizarovich, PhD (Geography), Associate Professor, Head of the Chair of Hotel and Tourist Business, Institute of Economics, Management and Law (Kazan)

Address: 42 Moskovskaya street, 420111, Kazan, tel.: (843) 231-92-90.

E-mail: ziganshin@ieml.ru

Ovcharov Anton Olegovich, Doctor of Economics, Professor of the Chair of Hotel and Tourist Business, Institute of Economics, Management and Law (Kazan)

Address: 42 Moskovskaya street, 420111, Kazan, tel.: (843) 231-92-90.

E-mail: anton19742006@yandex.ru

Rysayeva Marina Anatolyevna, post-graduate student of the Chair of Hotel and Tourist Business, Institute of Economics, Management and Law (Kazan)

Address: 42 Moskovskaya street, 420111, Kazan, tel.: (843) 231-92-90

E-mail: mara_rus85@mail.ru

How to cite the article: Ziganshin I.I., Ovcharov A.O., Rysayeva M.A. Influence of economic sanctions on the development of Russian tourism. *Aktual'niye problemy ekonomiki i prava*, 2015, no. 1 (33), pp. 17–25.