

ПРОЦЕССЫ СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассмотрены основные тенденции процессов слияния и поглощения на современном туристском рынке Российской Федерации. Определены преимущества и недостатки процессов слияния и поглощения для российской экономики. Приведены примеры успешных объединений.

Ключевые слова: туризм, экономика, процессы слияния и поглощения, управление, финансовые гарантии.

D.S. Timoshenko

MERGE AND ABSORPTION PROCESS IN THE TOURIST MARKET OF THE RUSSIAN FEDERATION

The author considers the basic tendencies of merge and absorption processes in Russian tourist market. Advantages and lacks of processes of merge and absorption for the Russian economy are defined. Examples of successful associations are resulted.

Keywords: tourism, economy, merge and absorption processes, management, financial guarantees.

На сегодняшний день туристская деятельность вышла далеко за пределы коммерческой деятельности, в основе которой лежит только извлечение прибыли. В данной статье рассмотрена взаимосвязь сферы туризма с ключевыми отраслями экономики, а также тенденции объединения, слияния и поглощения, которые проявляют предприятия сферы туризма в посткризисный период. Следует отметить, что данные процессы требуют не только эффективных управленческих решений, но и усовершенствованной системы административного управления и финансово-правовой базы.

В основе туристской деятельности лежит сфера оказания услуг. Из этого следует, что категория «качество оказания услуг» должна выходить на первый план во всех производственных сферах индустрии туризма. Известно, что основные составляющие компоненты в сфере туризма – это оказание услуг проживания в стране/месте временного пребывания, питания, транспорта, экскурсионной деятельности, дополнительного обслуживания, в число которого входят различные виды страхования, визовая поддержка и предоставление качественной информации, касающейся продукта потенциальному и/или постоянному потребителю туристских услуг. Следует отметить, что число рисков и нарушения прав потребителей туристского продукта и услуг значительно больше, чем в других видах коммерческой деятельности. Поэтому на примере глобальных

туристских объединений в данной статье будет более подробно рассматриваться качество оказания услуг в сфере туризма в контексте динамичного развития экономики Российской Федерации и усовершенствования механизмов управления сферой услуг в целом.

Финансово-экономический кризис 2008–2009 гг. пошатнул экономику не только Российской Федерации, но и ведущих мировых стран. Сфера туристской деятельности России оказалась наименее защищенной среди прочих коммерческих сфер. Россияне начали экономить именно на отдыхе, несмотря на тотальное снижение цен практически на все туристские направления. В напряженной конкурентной борьбе за клиента многие туристские компании встали перед угрозой исчезновения с рынка. Для самого же потребителя на первый план вышли гарантии качества оказания туристских услуг. Впервые введенный в Российской Федерации в 2007 г. механизм финансовых гарантий показал себя недостаточно эффективным в 2008 г. в связи с банкротством туроператоров «Де Тур» и «Вояж Люкс», чьих финансовых гарантий оказалось недостаточно для покрытия ущерба, причиненного клиентам.

В первый год действия механизма финансового обеспечения страховка обходилась туроператорам в среднем в 1,2–1,5% от размера гарантии, тем самым к июню 2007 г. общая сумма сборов составила примерно 78–97,5 млн руб. В 2008 г., в связи с увеличением размера финансовых гарантий и низкой убыточностью этого вида страхования, страховщики увеличили вилку при определе-

¹ Старший преподаватель факультета бизнес-технологий в туризме, аспирант НОУ ВПО «Российский новый университет».

нии тарифа до 0,96–1,5%. Объем сборов в данном сегменте рынка, таким образом, достиг 422,4–660 млн руб.¹

В условиях финансово-экономического кризиса остро встал вопрос о принятии эффективных мер регулирования деятельности туроператоров и увеличения их ответственности. 1 июля 2009 г. в «Российской газете» были опубликованы поправки к статье 17² Федерального закона № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Согласно ей изменяется размер финансового обеспечения для туроператоров и не может быть менее:

– 500 тысяч рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма;

– 10 миллионов рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере въездного туризма;

– 30 миллионов рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, в случае если денежные средства, полученные ими от реализации туристского продукта, составляют не более 100 миллионов рублей по данным бухгалтерской отчетности на конец отчетного года, представленным или опубликованным в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, применяющих упрощенную систему налогообложения;

– 60 миллионов рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, в случае если денежные средства, полученные ими от реализации туристского продукта, составляют не более 300 миллионов рублей по данным бухгалтерской отчетности на конец отчетного года, представленным или опубликованным в соответствии с законодательством Российской Федерации;

– 100 миллионов рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, в случае если денежные средства, полученные ими от реализации туристского продукта, составляют свыше 300 миллионов рублей по данным бухгалтерской отчетности на конец отчетного года, представленным или опубликованным в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Юридические лица, намеренные осуществлять туроператорскую деятельность в сфере выездного туризма и ранее не осуществлявшие такую де-

ятельность, должны иметь финансовое обеспечение в размере не менее 30 миллионов рублей.

Данные дифференцированные поправки привели к тому, что для многих туроператоров, работающих на международных направлениях, на первый план вышел вопрос о срочном переоформлении своих финансовых гарантий на суммы, намного превышающие прежний предел страховки (10 миллионов рублей).

Следует отметить, что поправки относительно увеличения уставного капитала операторов в текст закона внесены не были.

Очевидно, что высокие ставки финансового обеспечения, помимо ухода с рынка несостоятельных и неконкурентоспособных туроператоров, могут способствовать развитию мошенничества в кругах недобросовестных предприятий туризма, которые намеренно могут урывать доходы и занижать объемы годовых денежных оборотов. Под сомнение ставится и эффективность изменения финансовых гарантий для выездного туризма, так как иностранные туристы заключают договоры со своими турфирмами, а следовательно, не могут требовать компенсаций от туроператоров Российской Федерации. С другой стороны, с развитием e-booking или электронного бронирования все большую популярность приобретают случаи бронирования и оплаты клиентами туров напрямую у отечественных туроператоров с помощью сети Интернет.

Изменения в законодательстве остро затронули именно региональных туроператоров, у которых пропускная способность, клиентская база, основные показатели продаж и финансовые обороты значительно ниже и меньше, чем у предприятий Москвы и Санкт-Петербурга. Следует, однако, отметить, что данные поправки в Федеральном законе² касаются только туроператоров и не устанавливают финансовых гарантий для туристских агентств и индивидуальных предпринимателей. Данные юридические лица (турагенты и индивидуальные предприниматели) уполномочены продвигать и реализовывать туристский продукт. На практике турагенты и индивидуальные предприниматели не формируют турпродукт, но предлагают своим клиентам дополнительные услуги (бронирование и покупка авиа- или железнодорожных билетов, помощь в оформлении документов на визу, фотоуслуги, заказ дополнительного трансфера, продажа сувенирной продукции и т.д.). За такой вид услуг данные предприятия, с одной стороны, не получают комиссионное вознаграждение

¹ Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы РФ // Острая страховая недостаточность. 20 октября 2008 г. <http://www.fas.gov.ru>

² Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в редакции от 28.06.2009 № 123-ФЗ).

от туроператора, а сами устанавливают клиенту свой «процент» за оказание услуги. Но, с другой стороны, не несут никакой ответственности за непредоставление или некачественное предоставление туристских услуг, купленных у туроператора, или тех дополнительных услуг, которые были заказаны и оплачены клиентом в турагентстве или у индивидуального предпринимателя.

Поэтому сегодня для укрепления своих позиций на рынке, сокращения затрат и увеличения производства многие предприятия сферы услуг участвуют в процессах слияния и поглощения. В туризме на первый план выходят международные кооперации, которые позволяют расширить не только производство услуг, но самое главное – увеличить количество потребителей, без которых само производство туристского продукта невозможно.

В результате процессов слияния происходит рост эффективности производства и ликвидация многих барьеров административного, организационного, информационного и научно-исследовательского характера в сфере туризма. Помимо этого повышается стоимость самих объединяющихся компаний и их экономическая власть на туристском рынке.

Процессы поглощения характеризуются не добровольным, как в случае со слиянием, а принудительным или враждебным объединением двух или нескольких предприятий. Чаще всего мощное предприятие, имеющее сильные позиции в своем экономико-географическом пространстве, таким образом захватывает новые рынки посредством географического внедрения через множество слабых или нестабильных компаний-одиночек.

Слияние двух равных компаний в сфере туризма – наиболее выгодный для обеих сторон способ интеграции, так как обе компании имеют одинаковые права, обязанности и единую инфраструктуру. Для туризма характерны два вида слияния: горизонтальное и вертикальное. *Горизонтальное слияние* происходит в случае объединения двух конкурентов одной сферы для усиления позиций на рынке и увеличения прибыли. *Вертикальное слияние* – слияние двух предприятий, осуществляющих разные стадии производства туристского товара или услуги. Оба вида слияний эффективны в случае верной оценки предприятий и рынка, а также отдельного его сегмента, на который кооперация собирается выйти в процессе своего производства. Примером вертикального объединения может служить покупка авиакомпании туроператора или турагентства.

В России процессы слияния и поглощения протекают сложно, так как процессы формиро-

вания самой индустрии туризма и эффективных методов ее управления не завершены. В данный момент Российская Федерация как перспективная туристская дестинация в будущем накапливает собственный опыт управления туристской сферой, чтобы стать мощным игроком на мировом туристском рынке. Продвигая на нем бренд «Россия», отечественная экономика может получать колоссальные доходы. Поэтому в данной ситуации возможности для слияния иностранных компаний с отечественными должны быть ограничены в определенной степени, чтобы не допустить поглощения большинства российских компаний, формирующих туристский продукт, и исключить потерю национальной идентичности.

Сегодня в Российской Федерации происходит создание деловых альянсов, внедрение новейших технологий и телекоммуникаций, активизируется участие других секторов экономики, растет присутствие представителей туристского бизнеса других стран. По данным Аналитической группы M&A – Intelligence журнала «Слияние и поглощение», в сфере гостиничного бизнеса, досуга и туризма за 2008 год совершено 8 крупных сделок, которые составили 2,11% от общего количества сделок по отраслям. Средняя величина трансакции сферы гостиничного, туристского бизнеса и досуга составила \$95,46 млн¹. Также в настоящий момент на заключительном этапе находятся переговоры крупнейшей компании Thomas Cook о приобретении бизнеса в России². Инвестиционная группа «Русские Фонды» также осуществила сделку по покупке контрольного пакета акций одной из трех крупнейших туристических сетей на Украине – «Магазинов горящих путевок» (МГП), объединяющей около 70 агентств. Ранее «Русские Фонды» приобрели российскую одноименную сеть, объединяющую более 300 агентств³.

Компания «Музенидис трэвел» уже в 2010 г. подписала соглашение об объединении с московской турфирмой «Делюкс Трэвел», которая войдет в состав холдинга Mouzenidis Group и будет работать под маркой «Музенидис». Данное объединение позволяет развить агентскую сеть «Музенидис трэвел» и увеличить свое присутствие на российском рынке⁴.

¹ Слияния и поглощения/Рынок M&A: обратный отчет / Ежемесячный аналитический журнал; Электронная версия от 13.02.2009. // <http://www.ma-journal.ru/press/215/>

² Rata news, Электронная версия от 21.10.2009 http://www.ratanews.ru/news/news_21102009_4.stm

³ Rata news, Электронная версия от 19.11.2009 http://www.ratanews.ru/news/news_19112009_3.stm

⁴ Rata news, Электронная версия от 19.01.2010 http://www.ratanews.ru/news/news_19012010_3.stm

Основной задачей Правительства Российской Федерации в данной ситуации следует назвать создание оптимальных условий для дальнейшего развития внешнеэкономических связей и их эффективного использования в целях повышения конкурентоспособности экономики и стандартов жизни населения России. Помимо этого, необходимо поддерживать планомерное и непрерывное продвижение отечественного бренда, бренда «Россия», отражающего характер мощной и перспективной туристской дестинации, формирующей мировой имидж страны.

Литература

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в редакции от 05.02.2007 № 12-ФЗ).
2. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в редакции от 28.06.2009 № 123-ФЗ).
3. Международные стандарты обслуживания для предприятий гостиничной индустрии / Н.Ю. Володоманова, М.А. Морозов, А.Н. Умнов. – М. : ИПФ «Талер», 2001. – 104 с.
4. Рябиков, С.Ю. Агентские отношения во внешнеэкономических связях. – М., 2002. – 356 с.