

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНЦИИ И БАНКРОТСТВА РОССИЙСКИХ ТУРФИРМ

В статье рассматриваются вопросы банкротства российских турфирм, создание условий для обеспечения конкурентной среды в туризме.

Ключевые слова: конкурентная среда в туризме, банкротство в туризме.

N.S. Morozova

PROBLEMS OF COMPETITION AND BANKRUPTCY OF RUSSIAN TRAVEL COMPANIES

The article deals with the bankruptcy of Russian travel companies, and creating conditions for a competitive environment for tourism.

Keywords: competitive environment in tourism, bankruptcy in tourism.

Российский туристский рынок начал постепенно восстанавливаться после финансового кризиса 2008 года. Об этом говорят данные Росстата: в 2010 году выезд российских граждан за рубеж с туристскими целями вырос на 32% (в 2010 году совершено 12 605 тыс. поездок за границу, в 2009 году – 9 555 тыс. поездок) [3]. Въезд иностранных граждан на территорию Российской Федерации уменьшился на 7% и составил 2133 тыс. поездок. Внутренний туристский поток вырос всего на 1,6% [7].

Туристский рынок остается одним из наиболее высококонкурентных сфер деятельности. В настоящее время одной из негативных особенностей конкуренции в туризме является агрессивная ценовая конкуренция, которая приводит к потере прибыли и ухудшению финансового состояния турфирм. Особенно это характерно для туроператоров, работающих на массовых направлениях, которые с целью завоевания рынка необоснованно снижают цены на туристские продукты. Например, у известного европейского туроператора Kuoni прибыль после выплаты комиссии составляет 10–15%, а у российских туроператоров она, как правило, равна всего 3–4%. При этом прибыль у агентств составляет 10–14% за минусом скидок, которые они дают туристам [4]. Однако отдельные турагентства чрезмерно увлекаются скидками, иногда доводя их до 50%–70% от получаемого ими комиссионного вознаграждения. Тем самым они за счет уменьшения собственного дохода привлекают туристов. С точки зрения гражданского законодательства такая си-

туация вполне допустима [6]. Но с точки зрения добросовестной конкуренции вопрос о предоставлении турагентствами необоснованно больших скидок туристам вызывает неоднозначную реакцию туристского рынка, в частности недовольство многих туроператоров и ряда агентств. С экономической точки зрения чрезмерно большие скидки приводят к потере финансовой устойчивости турагентств и их банкротству. В этом случае туристы обращаются к туроператору, который и несет ответственность.

Исходя из практики работы зарубежных туроператоров, турагенты, являясь розничными продавцами, должны продавать туристский продукт по той цене, которую установил туроператор. Однако на российском туристском рынке многие турагентства, желая удержать клиентов, используют предоставление чрезмерно больших скидок как основной инструмент конкурентной борьбы. В феврале 2010 года Ассоциация туроператоров России (АТОР) выступила с инициативой принятия «Хартии поддержки турагентского рынка», в которой предусматривались меры для обеспечения свободы экономической деятельности турагентов, защиты конкуренции и создания условий для эффективного функционирования туристского рынка [5]. В Хартии предусматривалась возможность снижения туроператорами комиссионного вознаграждения тем турагентам, которые без согласия туроператоров предоставляют потребителям финансовые льготы в размере, превышающем 50% стоимости агентского вознаграждения. Однако в мае того же года ФАС (Федеральная антимонопольная служба) напра-

¹ Кандидат экономических наук, доцент, декан факультета бизнес-технологий в туризме НОУ ВПО «Российский новый университет».

вила в адрес АТОР официальное заключение о том, что текст Хартии содержит положения, противоречащие антимонопольному законодательству, и может быть квалифицирован как антиконкурентное соглашение об установлении единого уровня скидок [7]. ФАС не разрешила туроператорам подписать отраслевое соглашение, регулирующее вознаграждения агентствам, продающим путевки.

Финансовое обеспечение ответственности туроператоров в России было введено с 1 июня 2007 года, в соответствии с которым туроператорскую деятельность вправе осуществлять только зарегистрированные на территории Российской Федерации юридические лица, имеющие финансовое обеспечение и сведения о которых внесены в Единый федеральный реестр туроператоров.

Финансовое обеспечение может быть представлено в виде договора страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта либо банковской гарантии исполнения обязательств по договору о реализации туристского продукта. Финансовое обеспечение туроператоров является необходимым инструментом защиты прав и законных интересов граждан и юридических лиц, приобретающих туристский продукт.

Таблица 1*

Сведения о туроператорах

Показатель	на 1 января 2010 г.	на 1 апреля 2010 г.	на 1 июля 2010 г.	на 1 октября 2010 г.	на 1 января 2011 г.
Общее количество туроператоров, в том числе:	4593	4230	4178	4283	4405
внутренний туризм	1858	1888	1779	1825	1830
международный туризм, в том числе:	2169	2342	2399	2458	2575
въездной туризм	566	—	599	621	638
выездной туризм	1603	—	1800	1837	1937
<i>Способы финансового обеспечения:</i>					
банковские гарантии			32	30	30
договоры страхования			4146	4253	4375

* Составлена автором по данным Ростуризма (<http://www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140682/>)

По данным Ростуризма по состоянию на 1 марта 2011, в Едином федеральном реестре туроператоров было зарегистрировано 38 туропе-

раторов, имеющих финансовое обеспечение в размере 100 млн руб., 37 туроператоров, имеющих финансовое обеспечение в размере 60 млн руб., 1867 туроператоров, имеющих финансовое обеспечение в размере 30 млн руб., 641 туроператор, имеющий финансовое обеспечение в размере 10 млн руб., 14 туроператоров, имеющих финансовое обеспечение в размере от 550 тыс. до 1 млн 500 тыс. рублей, 1 744 туроператоров, имеющих финансовое обеспечение в размере 500 тыс. рублей.

Таблица 2*

Структура реестра туроператоров в зависимости от размера финансового обеспечения

Размер финансового обеспечения	% туроператоров	
	на 1 октября 2010 г.	на 1 января 2011 г.
100 млн руб.	0,9%	1%
60 млн руб.	0,9%	1%
30 млн руб.	41,1%	42%
10 млн руб.	14,5%	14%
0,5 млн руб.	42,6%	42%
Итого	100%	100%

* Составлена автором по данным Ростуризма (<http://www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140682/>)

Данные о количестве туроператоров и их финансовых гарантиях представлены в таблице 1.

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что количество туроператоров за 2010 год уменьшилось на 188 компаний. Договор страхования ответственности имеют 99% туроператоров, банковские гарантии – 1%. Внутренним туризмом занимаются 42% туроператоров, въездным туризмом – 14%, выездным туризмом – 44%. При этом статистические данные за 2010 год говорят о том, что туристские потоки распределены неравномерно. Внутренний турпоток в 2010 году вырос на 1,6% и составил 32 млн человек, а выездной турпоток вырос на 40%, и в 2010 году за границей отдохнули 13 млн россиян [7].

Как видно из таблицы 2, за последний квартал 2010 года структура реестра туроператоров в зависимости от размера финансового обеспечения практически не изменилась.

Банкротства ряда туроператоров, в частности «Детура», «Люкс-Вояжа», произошедшие в летний сезон 2008 года, показали несовершенство существующего механизма финансовых гарантий. Летом 2009 года были установлены новые нижние границы финансового обеспечения:

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

10 миллионов рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного 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.

Такое существенное увеличение размера финансовых гарантий значительно повысило барьер вхождения на рынок туроператоров и изменило конкурентную среду, но не обеспечило финансовой безопасности туристов в случае банкротства туроператора. Так, в ноябре 2010 года приостановил свою деятельность один из крупнейших российских туроператоров Капитал Тур, а размер финансового обеспечения не сможет покрыть все финансовые обязательства перед туристами. В декабре 2010 года руководство компании подало заявление в Арбитражный суд Москвы о признании туроператора банкротом.

Нестабильность туристского рынка требует принятия срочных мер по обеспечению защиты прав и законных интересов туристов. В настоящее время обсуждается вопрос о повышении размера финансового обеспечения. По мнению ряда экспертов, увеличение размера финансового обеспечения не может принципиально изменить ситуацию, так как не исключено, что это обеспечение тоже может оказаться недостаточно, и в этом случае теряется весь смысл введения финансового обеспечения.

С 2011 года изменились условия подачи сведений о наличии финансового обеспечения на новый срок туроператорами, осуществляющими деятельность в сфере выездного туризма и применяющими общую систему налогообложения. В Ростуризм туроператоры обязаны предоставить в составе бухгалтерской отчетности аудиторское заключение в том случае, если они являются открытыми акционерными обществами, или объем выручки от оказания услуг туроператора за предшествовавший отчетному год превышает 400 миллионов рублей, или сумма активов бухгалтерского баланса по состоянию на конец предшествовавшего отчетному году превышает 60 миллионов рублей [3].

В связи с особой социальной значимостью туризма финансовые гарантии туроператоров должны обеспечиваться с высокой степенью надежности. По мнению автора, одним из инструментов обеспечения финансовых гарантий может стать формирование единого страхового фонда туроператоров, который будет создаваться за счет финансового обеспечения туроператоров, предоставляемого в форме банковских гарантий. Этот страховой фонд может формироваться и храниться в тех банках, в которых обслуживаются туроператоры. На данный момент эту форму финансового обеспечения используют только несколько десятков туроператоров, хотя она представляется более предпочтительной с точки зрения контроля за финансовым состоянием туроператора, т.к. банк может отслеживать основные денежные потоки туроператора и прогнозировать вероятность его банкротства.

В настоящее время договор страхования гражданской ответственности туроператора за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта может быть заключен со страховой компанией, надежность которой не гарантирована. Таким образом, в случае банкротства страховой компании туристы также рискуют остаться без финансового возмещения своих

потерь. Если же страховой случай не наступает, то вся страховая премия остается у страховщика и уже никогда не попадет в сферу туризма.

Создание единого страхового фонда туроператоров, по мнению автора, поможет решить несколько проблем. Во-первых, объем этого страхового фонда туроператоров может быть весьма существенным, а вероятность возникновения банкротства одновременно всех туроператоров мала, значит, единый страховой фонд можно использовать для покрытия задолженностей достаточно большого количества фирм-банкротов. Кроме того, деньги туроператоров будут оставаться в сфере туризма, и часть накопленных средств можно централизованно потратить на развитие российского туризма, например на строительство инфраструктуры, продвижение России на международном туристском рынке и т.д. Для создания и функционирования единого страхового фонда туроператоров должен быть разработан соответствующий механизм его формирования и функционирования, при необходимости внесены изменения в законодательство.

В процессе формирования конкурентной среды в туризме должен осуществляться постепенный переход от государственного регулирования предпринимательской деятельности в туризме к саморегулированию через предпринимательские союзы и объединения. В современных условиях саморегулирование становится одним из важнейших элементов институционального обеспечения предпринимательской деятельности в туризме.

В российской практике появление первых органов саморегулирования связано, прежде всего, с принятием в 2002 году нового закона о банкротстве, где предусматривалось создание саморегулируемых организаций, объединяющих арбитражных управляющих. В 2006 году в законе «О рекламе» появилась статья о саморегулируемых организациях в рекламной сфере. В 2007 году был принят закон «О саморегулируемых организациях», который способствовал активному развитию систем саморегулирования в различных сферах. К настоящему времени уже созданы и функционируют саморегулируемые организации арбитражных управляющих, общества оценщиков, активно внедряется саморегулирование в области рекламы, в ЖКХ, строительстве и транспортной сфере.

Саморегулирование следует рассматривать как элемент институциональной инфраструктуры, представляющий альтернативу государственному регулированию рынка и способствующий формированию конкурентной среды в ту-

ризме. Саморегулирование предполагает установление субъектами определенного рынка общих правил ведения хозяйственной деятельности в данной сфере и осуществление контроля соблюдения этих правил. Введение института саморегулирования способствует сокращению административных, экономических и организационных барьеров при формировании и развитии рынка.

В сфере туризма саморегулирование представляется одним из важнейших инструментов формирования цивилизованного туристского рынка и конкурентной среды. В настоящее время созрела необходимость создания условий для становления и развития туристской системы саморегулирования как механизма реализации экономической политики государства в сфере туризма. На современном этапе формирования системы государственного регулирования в туризме роль общественных организаций, реализующих принципы саморегулирования, будет возрастать. Механизм саморегулирования туристского рынка позволит сформировать адекватную конкурентную среду и повысить эффективность контроля соблюдения норм и стандартов деятельности в сфере туризма, повысит ответственность предприятий туристской индустрии перед потребителями туристских услуг, будет способствовать уходу с рынка неэффективных и недобросовестных туроператоров и турагентов. Кроме того, саморегулируемые организации создают предпосылки для формирования альтернативных механизмов разрешения споров участников туристского рынка, являющихся членами этих саморегулируемых организаций. Саморегулируемые организации являются также тем институтом, который будет способствовать обеспечению соблюдения добросовестной конкуренции в туризме.

Саморегулируемые организации вместе с государственными органами должны участвовать в разработке национальных профессиональных стандартов в сфере туризма, которые могут стать основой контроля за качеством туристских продуктов и услуг, а также инструментом формирования добросовестной конкурентной среды.

Саморегулируемые организации в сфере туризма наряду с государственными органами статистики должны осуществлять сбор и анализ оперативных и статистических данных, характеризующих туристский рынок, обеспечивать разработку отраслевых прогнозов по основным тенденциям туристского рынка, оперативно информировать субъектов туристского рынка об изменениях законодательства в сфере туризма и смежных областях.

Особое значение саморегулируемые организации могут иметь для координации предпринимательской деятельности и формирования конкурентной среды в турагентской сфере. После отмены лицензирования именно турагентская деятельность практически не регулируется государственными органами, а количество работающих турагентств никоим образом не контролируется. При этом деятельность туроператоров регламентируется необходимостью иметь финансовое обеспечение, количество туроператоров известно, т.к. все они занесены в Единый государственный реестр туроператоров.

Одним из возможных вариантов формирования системы саморегулирования в российском туризме может быть создание региональных саморегулируемых организаций и объединяющей их национальной саморегулируемой организации.

Литература

1. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 гг.)» (minstm.gov.ru/documents/90.shtml/xPages/item.2087.html)
2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года (Утверждена Федеральным агентством по туризму 06.05.08).
3. http://ratanews.ru/news/news_1032011_3.stm
4. http://ratanews.ru/news/news_1072010_4.stm
5. <http://www.atorus.ru/events/atten/new/3754.html>
6. http://ratanews.ru/news/news_24022011.stm
7. http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news_30316.html
8. <http://www.tourinfo.ru/weeknews/34547/>