

## КРАТКИЙ АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА ТУРИСТСКИХ ПЕРЕВОЗОК

*В статье предпринята попытка объяснить причины слабого развития туризма в России. Проведен анализ одного из сегментов туристского рынка – системы отечественных туристских перевозок. В исследовании применены методы анкетирования и интервьюирования туристических фирм.*

Одним из основных признаков современной мировой экономики является большое разнообразие сегмента услуг в международной торговле. Важным элементом сферы услуг как с экономической, так и с социальной точки зрения является туризм. В развитых странах валовой национальный продукт на 15% состоит из туристических услуг [1]. В некоторых странах туризм является одной из основных отраслей, формирующих доходную часть бюджета (Испания, Турция, Франция, Кипр и др.). Современный туризм характеризуется быстрым ростом числа поездок; крупными размерами капитала, оборачивающегося на рынке; увеличением спектра туристических услуг.

Российская туристическая отрасль имеет более скромные масштабы. Доля поступлений от туризма в валовом внутреннем продукте России в течение последних пяти лет не превышала 1% [2]. Потоки туристских поездок в России не сбалансированы. Это выражается в существенном превышении выездного потока над внутренним туризмом и въездным из других стран (соотношение 4:1:1). При этом специалисты ООН рекомендуют поддерживать на туристическом рынке другое соотношение – 4 внутренних поездки, 1 въездная и 1 выездная. Следовательно, исходя из текущей ситуации можно сделать вывод о том, что в настоящее время с точки зрения российских потребителей зарубежный туристический продукт примерно в 4 раза привлекательнее отечественного [3-6].

Одной из причин недостаточного уровня развития российского туризма является низкая эффективность системы туристских перевозок, выражающаяся в высоких ценах на транспортные услуги, их низком качестве, нерешенности экологических проблем и в других негативных особенностях. Как следствие на современном этапе экономического развития состояние туристских перевозок снижает конкурентоспособность российского туризма.

Для определения причин, создающих проблемы в системе туристского транспортного обслуживания, был проведен опрос российских туристических компаний. Опрос включал в себя анкетирование участников выставки МИГТ-2008 (ежегодная московская международная выставка «Путешествия и туризм»). Всего в опросе участвовало 10 туристических фирм. В анкету вошли вопросы о современном состоянии системы туристских перевозок в России, о доле затрат на перевозку в составе туристского продукта (аренда транспортных средств, с водителем и без; покупка, обслуживание и обновление туристских транспортных средств; наем водителей; лицензирование деятельности по пассажирской перевозке и т. д.), о предпочтениях туристических фирм в использовании транспортных средств, о покупке услуг перевозчиков и т. д. Также представителям туристических фирм было предложено ранжировать проблемы в сфере туристских перевозок по степени их актуальности.

В результате исследований выяснилось, что половина туристических фирм (50%) оценивает состояние рынка туристских перевозок как «хорошее», объясняя это тем, что, на их взгляд, система туристских перевозок на данный момент выгля-

дит относительно рациональной, а те проблемы, которые существуют, устраняются посредством частичных улучшений. Другая половина опрошенных представителей считает, что рынок туристских перевозок нуждается в значительном совершенствовании как с законодательной, так и с организационной точки зрения, при этом в целом оценивает его состояние как «удовлетворительное».

На вопрос о качестве услуг перевозчиков большая часть участников опроса (60%) ответила, что оценивает его как «удовлетворительное», что скорее говорит о неудовлетворенности туристических фирм покупаемыми транспортными услугами. В основном недовольство высказывается в адрес автомобильных перевозчиков, однако существуют претензии и к авиакомпаниям. При этом представитель одной из девяти туристических фирм считает, что качество оказываемых транспортных услуг является «неудовлетворительным», однако в связи с недостатком качественных и недорогих перевозчиков и отсутствием собственного транспортного парка приходится пользоваться существующими возможностями. Около трети (30%) респондентов оценили качество услуг перевозчиков как «хорошее».

Более половины (60%) опрошенных указали, что в составе их основных средств отсутствуют транспортные средства. Оставшиеся респонденты (40%) сообщили, что имеют от 4 до 8 собственных единиц транспорта, которые используются для перевозки туристов. Как правило, в высокий туристский сезон своего транспорта не хватает, из-за этого фирмам приходится прибегать к услугам внешних перевозчиков. Туристические фирмы, обладающие транспортными средствами, держат их на арендуемых у транспортных компаний площадях, а водителей – в собственном штате. Среди туристических фирм не распространена передача транспортных средств друг другу на основе аренды.

На вопрос о том, пользуются ли туристические фирмы услугами внешних перевозчиков, утвердительно ответили 80% опрошенных.

Более половины респондентов (70%) указали, что их не устраивает тот уровень цен, который устанавливают перевозчики. Часто, помимо установленного часового тарифа на аренду автобуса, существуют разного рода дополнительные наценки, что значительно увеличивает затраты на перевозку.

Из ответов на вопрос о том, какую долю в структуре туристского продукта занимают транспортные услуги, выяснилось, что половина туристических фирм направляет на их оплату в среднем от 30 до 35% своих затрат. Около трети туристических фирм тратит на транспорт от 25 до 30%, пятая часть – 20 до 25%, а один опрошенный указал, что расходы на перевозку варьируют в диапазоне 35-40%. Эти данные подтверждают тот факт, что сегодня транспортные затраты составляют весьма значительную часть расходов туристического бизнеса. Как следствие многие туристические фирмы считают эти затраты чрезмерными.

По четыре туристических фирмы указали на то, что основными видами транспорта, используемыми в их деятельности, являются автомобильный и воздушный. Остальные сообщили, что основные направления их поездок обслуживают железнодорожный и речной транспорт.

Только четыре туристические фирмы собираются создавать или расширять собственный парк туристских транспортных средств. В большинстве своем это фирмы, уже имеющие транспортные средства. Основными причинами, которые не позволяют туристическим фирмам создавать собственный парк транспортных средств, является высокий уровень затрат на их закупку и обслуживание, удовлетворенность предоставляемыми перевозочными услугами и незаинтересованность руководства.

Необходимость в создании специального туристско-транспортного законодательства в России, включая стандарты, подчеркивают 80% опрошенных. Это говорит об обеспокоенности туристических фирм существующей системой законодательного регулирования рынка туристских перевозок.

Более половины представителей туристических фирм (60%) сообщили, что пользуются глобальными системами бронирования для покупки услуг туристской перевозки. Оставшиеся респонденты не используют этого способа формирования пакета транспортных услуг, так как либо имеют собственный туристский транспорт, либо заключают долгосрочные договора на туристские перевозки.

На вопрос о членстве в каком-либо коммерческом объединении 80% опрошенных ответили отрицательно. Причинами такого положения дел в большей степени является отсутствие заинтересованности руководства фирм в подобном сотрудничестве и недостаток эффективных привлекательных объединений.

На вопрос об отечественных туристских транспортных средствах 70% опрошенных ответили, что сегодня таких средств не хватает, что является одним из препятствий для активного развития туризма.

Представителям туристических фирм были также заданы вопросы о том, какие модели транспортных средств они используют сейчас и готовы приобрести на будущее. В обоих случаях результаты опроса были одинаковыми: варианты моделей зарубежного производства выбрали 40% респондентов, «зарубежного и отечественного» – 60% респондентов. Ни один из опрошенных не ответил, что их фирма предпочитает формировать услуги туристской перевозки исключительно за счет отечественных транспортных средств. Причинами являются отсутствие производства качественного отечественного туристского транспорта и изношенность существующего. Поэтому большинство туристических фирм использует и отечественный, и зарубежный туристский транспорт, предпочитая последний.

Затем представителям туристических фирм было предложено ранжировать проблемы в сфере туристских перевозок по степени их актуальности начиная с самой важной. Результаты этого опроса выглядят следующим образом.

#### Экспертное ранжирование актуальности проблем в сфере туристских перевозок

- |     |                                                                    |
|-----|--------------------------------------------------------------------|
| 1   | Слаборазвитая транспортная инфраструктура                          |
| 2   | Рост цен на топливо                                                |
| 3   | Несовершенное законодательство в области перевозок туристов        |
| 4   | Недостаток отечественных транспортных средств высокого качества    |
| 5-6 | Качество обслуживания на транспорте                                |
| 5-6 | Отсутствие квалифицированных кадров                                |
| 7   | Туристские транспортные формальности                               |
| 8   | Криминальная ситуация в стране                                     |
| 9   | Низкий интерес туристов к туристским продуктам России              |
| 10  | Высокий уровень конкуренции на рынке туристских транспортных услуг |
| 11  | Низкий уровень безопасности существующих транспортных средств      |
| 12  | Экспансия зарубежных транспортных компаний в Россию                |
| 13  | Экологические характеристики транспортных средств                  |
| 14  | Недостаточный спрос на перевозку со стороны туристических фирм     |

По мнению респондентов, наиболее актуальными проблемами в сфере туристских перевозок являются слаборазвитая транспортная инфраструктура, рост цен на топливо, несовершенное законодательство, недостаток отечественных туристских транспортных средств, низкое качество обслуживания, а также отсутствие квали-

фицированных кадров. Беспокойство представителей туристических фирм не случайно, ведь именно эти аспекты напрямую влияют на цену и качество перевозки – ключевые показатели конкурентоспособности услуги.

Следует обратить внимание на то, что, по мнению представителей туристических фирм, экологичность и безопасность туристских перевозок на данный момент не являются первостепенными проблемами. Однако необходимо отметить, что причиной подобной точки зрения является не незначительность проблем, а недостаток внимания туристических фирм к этим аспектам перевозки. Также малоизвестными по сравнению с ценой и качеством, по мнению респондентов, являются проблемы, связанные с конкуренцией и спросом.

Подводя итоги опроса, можно сказать, что туристические фирмы находят современную ситуацию на рынке туристских перевозок неоптимальной и нуждающейся в корректировке. Сегодня в этой сфере наиболее активно используются воздушный и автомобильный транспорт. Туристические компании в целом недовольны уровнем предоставляемых услуг по перевозке. В основном это недовольство направлено в адрес автомобильных перевозчиков, а также и авиакомпаний. Туристические фирмы вынуждены пользоваться неоправданно дорогими услугами в связи с недостатком туристских перевозчиков с качественным и недорогим транспортом, а также ограниченными возможностями создания собственного парка. Большая часть туристических компаний не имеет своего транспорта в связи с недостатком средств на его покупку и содержание. По тем же причинам мало кто планирует расширять уже существующий парк. Большинство туристских фирм, не имеющих своего транспорта, использует глобальные системы бронирования, арендуя как отечественные, так и зарубежные модели туристского транспорта с упором на зарубежные. В системе туристских перевозок существует недостаток новых отечественных туристских транспортных средств, замедляющий процесс развития российского туризма.

Туристические фирмы недовольны тем уровнем цен, который устанавливают перевозчики. Их высокий уровень увеличивает долю транспортных затрат в структуре туристского продукта (до 40%), удорожая его для потребителей.

Многие представители туристских фирм считают, что существует необходимость в создании специального туристско-транспортного законодательства в России, включающего технические требования, правила перевозок, классификацию туристского транспорта.

### *Литература*

1. Всемирная туристская организация ООН (ООН ВТО): Основные показатели развития туризма 2005. Мадрид, 2006.
2. Туризм в цифрах. 2005. Стат. сб. / ИИЦ «Статистика России», 2006.
3. Tourism: 2020 Vision. UNWTO, Madrid, 2004.
4. Recommendations on Tourism Statistics. New York: United Nations, World Tourism Organization, 1994.
5. Information Society Technologies RTD Program // Systems & Services for the Citizen, 2004.
6. Tourist Transport Management. TDM Encyclopedia. Victoria Transport Policy Institute, 2005.