



туации». Господин Нуждин указывает, что собственные программы кредитования в любом случае оказываются выгодными для туроператоров, поскольку привлекают дополнительных клиентов и помогают увеличить долю продаж на этапе ранних бронирований, позволяя более точно сформировать программу на ближайший сезон.

Условия по туристическим кредитам

Игорь Блинов объясняет высокий интерес к покупкам туров в долг появлением специальных банковских программ. «Они позволяют фактически зафиксировать стоимость тура на срок от четырех до шести месяцев», — объясняет эксперт. При этом, по мнению господина Блинова, сейчас не существует стран, куда путешественники чаще или реже покупают путевки в долг: все направления входят в топ-15 популярных стран. Представитель объединенной сети ТБГ и «Горячие туры» Ольга Иванова полагает, что значительную роль играют программы лояльности самих кредитных организаций, предлагающих за пользование кредитными картами скидки и начисление различных бонусов.

Гендиректор Travelata.ru Алексей Зарецкий рассказывает, что в основном клиенты сервиса предпочитают поль-

зоваться гибкими условиями оплаты от туроператоров, позволяющим внести 50% предоплаты, а остальные 50% доплатить не позже чем за полторы или две недели до вылета — в зависимости от условий и цены тура. По его словам, доля таких продаж доходит до

30%. В то время как именно партнерскими кредитными программами стараются воспользоваться 3% пользователей сервиса, при этом только 1,6% в итоге удается получить одобрение займа и согласиться с его условиями. «Тут работают системы скоринга и оценки

НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СРЕДИ ОРГАНИЗОВАННЫХ ТУРИСТОВ В 2018 ГОДУ

ТУРЦИЯ	53%
ТУНИС	12%
ГРЕЦИЯ	11%
КИПР	6%
ИСПАНИЯ	4%
РОССИЯ	3%
БОЛГАРИЯ	2%
ДРУГИЕ	9%

Источник: данные Travelata.ru.

НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СРЕДИ ОРГАНИЗОВАННЫХ ТУРИСТОВ ПО ПРОГРАММАМ РАННЕГО БРОНИРОВАНИЯ В 2019 ГОДУ

ТУРЦИЯ	67%
ТУНИС	9%
КИПР	8%
ГРЕЦИЯ	4%
РОССИЯ	3%
ИСПАНИЯ	3%
ДРУГИЕ	6%

Источник: данные Travelata.ru.

БАНКИ КРЕДИТУЮТ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ

По данным «Открытия», совокупный объем потребительских кредитов, выданных физлицам, в прошлом году вырос на 22,4%. Темп превысил аналогичный показатель 2017 года в 1,8 раза. При этом реальные доходы населения снизились на 0,2%, а средняя доля сберегаемых доходов впервые с января 2002 года упала ниже 5%. В своем исследовании аналитики «Открытия» указывают, что на фоне роста оборота розничной торговли в 2018 году на 2,6% это свидетельствует об изменении потребительской модели поведения. Представитель Tez Tour Лариса Аханова рассказывает, что наибольшей популярностью у путешественников сейчас пользуются различные карты рассрочки: «Халва», «Совесть», Nome Credit. Чаще всего, по ее словам, туристы берут рассрочку на шесть месяцев и на покупку бюджетных туров — средний чек по таким транзакциям составляет 60 тыс. руб. Госпожа Аханова предполагает, что значительным сдерживающим фактором для покупки дорогих туров в кредит остается психологическое восприятие путешествия. «Люди думают о поездках как о мечте, а на мечту скорее принято откладывать», — рассуждает эксперт.

риска на стороне кредитных организаций», — замечает господин Зарецкий.

Популярность рассрочек отмечает и гендиректор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин. По его словам, большинство клиентов изначально вносят лишь 10% от стоимости туров, остальная часть выплачивается постепенно. Полностью сумма должна быть погашена за неделю до вылета. Господин Ромашкин рассказывает, что компания делала две попытки начать реализацию туров по кредитным программам: в 2015 и 2018 годах, но существенно нарастить аудиторию за их счет не удалось. «Мы неоднократно спрашивали клиентов, почему они не готовы пользоваться банковскими кредитами, которые активно берут при покупке, например, бытовой техники. Многие рассказывали, что это психологически сложно. Когда человек покупает в кредит, скажем, телевизор, у него сразу оказывается в распоряжении техника, а когда речь идет об отдыхе — только мифические перспективы», — рассказывает он ●