

ПРОРЖАВЕВШАЯ ПРУЖИНА

ТУРИЗМ ПОПАЛ В ЧИСЛО ОТРАСЛЕЙ, НАИБОЛЕЕ СИЛЬНО ПОСТРАДАВШИХ ОТ КОРОНАВИРУСА. ЭКСПЕРТЫ ПОЛАГАЮТ, ЧТО ТУРИЗМ ВНУТРИ СТРАНЫ ВОССТАНОВИТСЯ РАНЬШЕ, ЧЕМ СЕГМЕНТ ЗАГРАНИЧНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ, НО И ЗДЕСЬ НЕ ВСЕ ОДНОЗНАЧНО. ОДНИ УЧАСТНИКИ РЫНКА УПОВАЮТ НА ЭФФЕКТ «РАСПРЯМИВШЕЙСЯ ПРУЖИНЫ», ДРУГИЕ УКАЗЫВАЮТ НА ТО, ЧТО ПОСЛЕ САМОИЗОЛЯЦИИ НА ПУТЕШЕСТВИЯ У ЛЮДЕЙ ПРОСТО НЕТ ДЕНЕГ.

ВЕРОНИКА АБРАМЯН

1 июня 2020 года были открыты некоторые санатории на территории России, имеющие медицинскую лицензию. Изначально предполагалось, что июнь станет началом активного летнего сезона — некоторые даже предрекали бум внутреннего туризма. По факту произошло следующее: пляжи закрыты, закрыты спа и бассейны санаториев, многие регионы не сняли 14-дневный карантин для прибывающих. Вместе с дополнительными медицинскими и санитарно-эпидемиологическими требованиями и ограничениями принимающей стороны это ведет к отмене бронирований и настороженному отношению гостей.

Татьяна Белова, директор, руководитель подразделения индустрии гостеприимства отдела стратегического консалтинга CBRE, вспоминает, что еще в начале и середине мая россияне планировали незамедлительно отправиться в отпуск после снятия ограничений — в период от нескольких недель до двух-трех месяцев. Но сейчас многие начинают пересматривать временной промежуток и направления. «Этот летний сезон будет сложным для рынка. Ни о каком росте туристического потока речи нет. Открывшиеся санатории в настоящий момент наблюдают низкий показатель загрузки, в конце мая велика была доля отмененных бронирований в Краснодарском крае — более 70% бронирований на июнь», — говорит госпожа Белова.

Анна Виноградова, президент ассоциации «Рустайм», считает, что внутреннему и внешнему туризму нужны различные сроки для восстановления. Внутренний туризм восстановится гораздо быстрее, но и этот процесс займет не менее полугода. «Внешнему туризму нужна раскачка, и я думаю, что по продолжительности данный реабилитационный процесс займет не менее года. Даже если все связи туристического рынка и будут одномоментно восстановлены, все равно в среде туристов останется недоверие к социальному контактированию из-за опасности возможного заражения», — подчеркивает она.

ПЕРЕЖИТЬ ПАНДЕМИЮ Как говорят эксперты, значительное число туристических фирм пандемию не переживет. Госпожа Виноградова обращает внимание, что если рассматривать туристический рынок на примере Италии, то, по ее данным, карантинных мер не пережило более 42% турфирм, ориентированных на внутренний рынок, и до 60% операторов выездного туризма. «В нашей стране показатели гораздо скромнее, по оценкам экспертов, они уже составляют 23 и 34% соответственно. Если вторая волна пандемии, как прогнозируют специалисты, все-таки произойдет в ближайшее время, то данные показатели ожидаемо поползут вверх с новой силой», — сокрушается эксперт.

Владимир Федоров, заместитель гендиректора ООО «Пулково Скай», считает, что в течение времени восстановится большинство (до 70%) фирм, ориентированных на работу с выездными туристами. «Часть (до 30%) фирм — объединится или закроется, чтобы через некоторое время реинкарнировать. Малая часть (до 15%) фирм, не имеющая большой клиентской базы или вовлеченная в серьезные судебные разбирательства, — окончательно прекратит свою деятельность», — прогнозирует он. Впрочем, эксперт делает оговорку: если ситуация с социальными ограничениями затянется или усугубится, то закроется до 60% фирм, из которых половина — разорится.

«Туристические фирмы в данный момент занимаются преимущественно отменой существующих бронирований, а также формированием туристических групп на следующий год. За счет бронирований на следующий сезон часть турфирм может выжить, если пересмотрит схемы оплаты. Небольшие компании, скорее всего, уйдут с рынка», — предполагает Людмила Фролова, руководитель Rusland SP Hospitality.

Алена Балахничева, директор по маркетингу компании Intui.travel, считает, что главным фактором, влияющим на туристическую отрасль, сегодня остается неопределенность. «Чтобы покупать и бронировать, большинству туристов нужна уверенность, что поездка состоится, что не перенесут сроки или не предложат ваучер на следующий год. Неизвестны сроки снятия запретов и ограничений. Из-за неясности, как будет угасать заболеваемость, правительства не могут сообщить четких дат снятия ограничений или обозначают их с возможностью переноса. Второй немаловажный фактор — это какие требования и санитарные нормы будут применяться на местах. Важно найти золотую середину. Чрезмерные нормы могут стать финансовым гнетом для многих объектов туротрасли», — говорит госпожа Балахничева.

«С учетом того факта, что потребители не готовы переплачивать за новые санитарные нормы, туристическая отрасль пока не знает, насколько затратными для бизнеса окажутся новые требования. Эти факторы важны как для выездного, так и внутреннего туризма. В любом случае, о восстановлении в 2020 году говорить не приходится. В 2021-м, возможно, объем спроса может вернуться к показателям 2019-го», — добавляет госпожа Балахничева.

Надежда Коротовских, председатель совета директоров транспортной компании «Интерсервис», более пессимистична: она считает, что на восстановление отрасли может понадобиться не менее года или даже двух лет. Господин Федоров уверен, что восстановление выездно-

го туризма произойдет через два года, а выездного и еще раньше — через полтора года. Валерий Емельянов, аналитик ИК «Фридом Финанс», уверен, что внутренний туризм благодаря ограничениям на международные полеты восстановится еще до конца этого года, а выездной туризм — не раньше осени следующего года.

Госпожа Белова так и вовсе уверена, что восстановление туристического потока внутри страны займет несколько лет. «Большее количество времени потребуется рынку для достижения докризисных операционных показателей валовой операционной прибыли и показателя EBITDA, так как ожидается рост издержек», — указывает она.

УЯЗВИМОЕ ПОЛОЖЕНИЕ Анисия Евдокимова, исполнительный директор холдинга «Фаворит», поясняет: «Туристические компании оказались в самом уязвимом положении. Особенно те, которые принимают туристов и имеют свои автобусы в лизинговых договорах, а также те, которые как туроператоры отправляли за границу и работали с нишевыми направлениями. Ведь бизнес в туризме строится на том, что туристы вносят предоплату, которая тратится в большинстве компаний на текущую операционную деятельность: на зарплату, рекламу. А доходы в сезон спроса перекрывают те самые резервы периода несезона и позволяют произвести оплату туристам. Таким образом, сегодня компании фактически потратили деньги туристов за предоплаченные туры, потом прожили период с замороженными счетами — с нулевыми поступлениями. А сейчас должны будут отправить в туры людей, оплативших все ранее, то есть на средства, которых у них уже нет, что и приведет к массовым банкротствам на нишевых рынках: по Азии, по круизным направлениям, по экзотическим странам». Она замечает, что в этом вопросе большие игроки могут держаться за счет вложений акционеров и собственников, маленьким же компаниям фактически придется выживать. «Если сейчас быстро переориентироваться на продажу внутреннего турпродукта, это может помочь выстоять в кризис, но точно не станет спасательным жилетом для туркомпаний, так как туристы будут предпочитать самостоятельно организованные путешествия. Сейчас регионы, где бизнес и профильные комитеты по развитию туризма первыми заработают в направлении маркетинга и продвижения региона на внутреннего туриста, ощутят эффект от самостоятельно приезжающих российских путешественников в виде увеличения количества туристских прибытий. Все социальные сети пестрят обсуждениями на разных уровнях медийности лиц о том, куда в России можно поехать

отдыхать, и остаток этого сезона в июле и августе может вывести новые регионы в топ-10 востребованных туристических направлений. Однако стоит отметить, что далеко не во всех регионах инфраструктура готова к наплыву путешественников, а также и к тому, что бронирования будут совершаться „в последнюю минуту“, потому что сейчас люди не готовы заранее оплачивать путешествие, вероятность которого они сами не могут спрогнозировать», — рассуждает госпожа Евдокимова.

Восстановление потока въездного туризма займет, очевидно, еще больше времени, что связано с открытием границ, авиасообщением и многими другими факторами. «С одной стороны, при появлении возможности жители России готовы рассматривать путешествия за границу. Однако снижение достатка, дополнительные медицинские требования и ограничения принимающей страны (например, карантин, тест на COVID-19) окажут значительное влияние на внешний туризм», — говорит госпожа Белова.

«К тому же стоит учесть тот фактор, что население сегодня находится в достаточно сложной экономической ситуации: все „финансовые подушки“ и прочие накопления исчерпаны. Поэтому даже горящие путевки доступны будут не всем. Одна из актуальных для туристической отрасли стратегий сегодня — диверсификация предложения», — добавляет госпожа Коротовских.

СМЕНА ОРИЕНТИРОВ Пытаясь удержаться на плаву, на внутренний рынок уже переориентировалась часть туроператоров выездного туризма. «Тут вопрос поставлен так: а будет ли этот внутренний рынок, будет ли он вообще существовать? Если в ближайшее время появится вторая волна пандемии, то ни о каком внутреннем рынке ввиду жестких карантинных мер и говорить не придется. Если представить, что пандемическая ситуация, скажем, пошла на спад и в настоящий момент восстанавливается транспортное сообщение, то на восстановление внутреннего туризма потребуются не менее полугода. И это без учета возможного сезонного простоя, связанного с отсутствием спроса. Сейчас отчетливо ясно одно: туристическую внутреннюю инфраструктуру необходимо не только поддерживать и развивать. В России попросту не хватит мест размещения для всех желающих. Да, страна огромная, но территория, пригодная для постоянного проживания, составляет не более 20% от общего объема. Еще меньше доступных и качественных курортных зон», — рассуждает госпожа Виноградова.

Госпожа Коротовских считает, что регионы готовы принять возросший туристический поток, особенно это касается городов, которые участвовали в чемпионате