

ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ



ТУРИСТСКИЕ УСЛУГИ

ТУРИСТСКИЕ УСЛУГИ



Майские праздники – время поездок и путешествий. Как отразятся санкции на доступности внешнего и внутреннего туризма? Где и как можно будет отдохнуть летом? Какие услуги может предложить туристическая отрасль? Нужна ли туристической отрасли дополнительная государственная помощь?

ЭИСИ поговорил с руководителями ассоциаций туристической отрасли и получил развернутые ответы о сложностях, трендах и перспективах этой сферы российской экономики.

Тренды:

- сфера туризма останется востребованной, так как людям в период кризисной ситуации просто необходимо отвлекаться и отдыхать;
- в нынешних условиях будут расти масштабы внутреннего туризма, повышаться значимость отдыха в своем или в ближайших регионах;
- условия для массового выездного туризма существенно ухудшились. Ожидается, что будут востребованы направления стран Востока и Африки;
- туристическая отрасль испытывает дефицит внутренней туристической инфраструктуры: мало гостиничных площадей, недостаток системы развлечений;
- меры, принятые государством (кэшбэк для туристов, нулевой НДС для гостиниц нулевой НДС для гостиниц, отмена проверок, продление возможности исполнить остающиеся обязательства по несостоявшимся из-за пандемии коронавируса турам до конца 2022 г. и др.) оказывают сильную поддержку отрасли;
- в отрасли сложились большие ожидания, связанные с работой корпорации Туризм. РФ;
- налажено эффективное и тесное взаимодействие между отраслью и федеральными органами власти, в регионах уровень взаимодействия не одинаков.

Риски и проблемы:

- общие риски для российской экономики: международные перевозки; проблемы в поставках зарубежных продовольственных товаров и зарубежного оборудования для ресторанов. **Решение:** поддержка государства в выстраивании новых логистических цепочек;
- высокий объем финансовых обязательств сферы туризма в 2022 год, необеспеченных денежными поступлениями. **Решение:** разработка мер по сбалансированию обязательств и денежных потоков в турсфере;
- отсутствие четкой и структурированной информации о транспортных возможностях и гарантиях доезда до мест отдыха и возвращения обратно, что снижает возможности для внешнего и внутреннего туризма. **Решение:** среднесрочное планирование логистики.

Возможности:

- развитие внутреннего туризма и инфраструктуры для него;
- развитие туристических маршрутов выездного туризма в дружественные России страны;
- разработка российских туристических продуктов для граждан Китая, стран Востока и Северной Африки.

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ:

Президент Ассоциации «Федерация рестораторов и отельеров» И.О. Бухаров: Путешествия, в первую очередь – это смена обстановки, к этому нужно стремиться и понимать. Считаю, что все будет зависеть от покупательской способности населения. Если все будет хорошо, будем ездить по стране, есть в ресторанах. Не будет так все хорошо, будет более приземленная атмосфера. В любом случае, есть будут всегда, отдыхать будут всегда.

Исполнительный директор Ассоциации Туроператоров России М.А. Ломидзе: Основные меры поддержки – это снижение финансовой нагрузки. Возвращаясь к вашему вопросу – вот эти административные меры поддержки для туризма эффективны. Налоговые, если мы не берём туроператоров и турагентов, в части нулевой ставки НДС для гостиниц – это вообще прорыв, это просто ура, просто супер. Поддержка инфраструктуры, чтобы была возможность больше продавать – это тоже просто супер. Кэшбэк продлили – очень сильно поддержали.

Президент Уральской Ассоциации туризма М.А. Мальцев: У нас есть четкий тренд на развитие загородных средств размещения. Это возможно экотуризм, сельскохозяйственный туризм, потому что там довольно хорошая поддержка со стороны государства. Мы связываем наши надежды с деятельностью корпорации Туризм.РФ. Мы призываем ее к более эффективной и тесной работе с профессиональным сообществом, которое представляет Российский союз туриндустрии.

ПОЛНЫЕ ТЕКСТЫ ИНТЕРВЬЮ

ИНТЕРВЬЮ С ПРЕЗИДЕНТОМ АССОЦИАЦИИ «ФЕДЕРАЦИЯ РЕСТОРАТОРОВ И ОТЕЛЬЕРОВ» И.О. БУХАРОВЫМ

Федерация Рестораторов и Отельеров – это объединение ведущих рестораторов и отельеров России, целью которого является развитие сферы гостеприимства, разработки стандартов и правил предпринимательской и профессиональной деятельности, консолидации предприятий в одну мощную силу для преодоления барьеров, тормозящих развитие отрасли. Основные вопросы, которыми сегодня занимается Федерация: повышение качества и производительности труда работников сферы гостеприимства, стратегия развития питания вне дома, развитие внутреннего и въездного туризма, вопросы по оказанию гостиничных услуг, алкогольное законодательство, санитарно-эпидемиологическое законодательство, ГОСТы в сфере гостеприимства, вопросы авторского права, антитабачное законодательство.

ЭИСИ: Уважаемый Игорь Олегович! Не могли бы Вы сказать, с какими трудностями столкнулись предприятия отрасли туризма, как они сегодня с ними справляются?

И.О. Бухаров: Туристическая инфраструктура состоит из различных объектов: от отелей и ресторанов до парков и стадионов. Однако она обслуживает и туристов, и местное сообщество, бизнес-контакты. Так, общественное питание организовано не только для туристов. Если говорить о гостиницах, то они больше предназначены для туристов. Но что предполагает туризм? Есть люди, которые приезжают на деловые встречи. Это называется деловым туризмом, но это не совсем туризм. Он начинается у тех, кто совмещает деловую поездку со знакомством с регионом, если остается свободное время. Транспорт оказывает услуги местным жителям и туристам. Если мы рассмотрим сегодняшнюю ситуацию в России, то не увидим серьезных проблем, связанных с перемещением людей, питанием, отдыхом, значит, имеются все предпосылки для туризма.

Трудности преодолеваются. Рубль резко упал, Правительство и Банк России приняли меры по стабилизации валютного рынка и курс рубля

снова укрепился. Решается вопрос о производстве сельскохозяйственной продукции, что обеспечит продуктами питания рестораны. Выстраиваются новые международные грузопотоки. Допустим, то, что импортировалось из одних стран, сейчас по объективным причинам придется импортировать из других. Ищутся варианты по контейнерным перевозкам. На иностранные морские контейнерные перевозчики, из недружественных стран, приходится значительная доля мирового бизнеса по доставке морем контейнерных грузов. Партнерские услуги России теперь предлагают морские линии из Китая, Ю.Кореи и других стран.

Есть еще группа проблем: сейчас на юго-западе России закрыто авиасообщение; для транспортировки импортных продуктов и перевозки туристов может не хватить пропускной способности дорог, железнодорожного и автопарка; возможностей пассажирских авиаперевозок в сторону Дальнего Востока может оказаться недостаточно, а передвигаться поездом очень сложно и долго. В будущем эти проблемы могут привести к тому, что туристический сезон не будет успешным.

Будут ли путешествовать люди? Все равно люди будут путешествовать, так как в условиях постоянной информационной тревожности необходимо отстраняться от телевизоров и выдвигаться на природу. Вспомнят о дачах, об отдыхе на природе, продолжат ходить в рестораны, будут пытаться путешествовать по стране, потому что, если ехать куда-то за границу, например в Турцию или Египет, то там все привязано к иностранной валюте, что сейчас из-за курса будет не выгодно.

Вспомним кризис 1998 года: к концу 1999 года уже было понятно куда развиваться, куда двигаться. К сожалению, из 2020 года мы до конца не вышли. Однако к 2021 году уже поняли, что нужно делать. Следовательно, с ситуацией со спецоперацией и санкциями со стороны европейских стран мы пришли подготовленными. По иностранному турпотоку в Россию не все очевидно. Понятно, что, когда все затихнет, из Европы к нам приезжать не будут. Скорее всего мы ждем туристов из Северной Африки, Азии, Китая. Однако как они будут расплачиваться? Наличные им вести неудобно. Только переходим на использование китайской платежной системы UnionPay. Скажем, Россия перейдет на UnionPay, однако перешел ли весь мир на эту платежную систему?

Если говорить про рестораны, понятно, что мы зависим от покупательской способности населения. Как пострадавшая отрасль, мы получаем от государства различную поддержку: правовые каникулы, отмену проверок. Правительство работает на опережение, не как это было в 2020 году. Тогда государство на несколько недель просрочивала выход своих решений, из-за чего постоянно появлялись лишние издержки, например, связанные с утилизацией просроченных продуктов, сменой меню из-за недостатка продуктов. Сейчас такого нет. Мы находимся в коммуникации с правительством и своевременно решаем все возникающие проблемы.

Мы являемся кризис-менеджерами, есть активные чаты с Минэкономразвитием, Минпромторгом, с Федеральной налоговой службой, то есть мы своевременно решаем все вопросы. Как правильно отметил Собянин,

что страна несколько лет обсуждала регуляторную гильотину, а сейчас за несколько месяцев отменены все обязательные требования, которые мешали бизнесу. По моему мнению, нужно и дальше продолжать убирать излишние регуляторные меры. Ведь в свое время государство вводило какие-то обязательные платежи, к примеру, на алкогольную лицензию, специальную оценку условий труда на рабочем месте. По сути, сегодня эти экономические меры не работают.

Нашу отрасль всегда сопровождают кризисы, но мы также и активно после них восстанавливаемся и возвращаемся к прежнему производству. Мы захотели жить при капитализме. Капитализм подразумевает наличие кризисов. Единственное, что необходимо, это дать возможность мелкому бизнесу продолжить развиваться.

К вопросу, что нас ждет? Смена закрывшихся предприятий туристической индустрии на другие компании и рестораны. Кто-то все равно останется и будет работать. Это очень сложный бизнес, где можно терпеть неудачи, выбирать неудачную локацию, однако всегда есть примеры успешных предприятий, которые переживают кризисы, приспособляются к любым экономическим проблемам. Если нет денег на путешествия по Турции, можно путешествовать по России. У нас есть все для внутреннего туризма, мы можем развивать туризм в России. Наша задача создать условия для комфортного отдыха. Так, в Америке люди редко путешествуют в другие уголки мира, в основном путешествуют по штатам.

ЭИСИ: Скажите, пожалуйста, какая поддержка государства помогает предприятиям преодолевать трудности и какой от нее достигается эффект?

И.О. Бухаров: В принципе, это все можно найти в интернете, в том числе меры Правительства Москвы, потому что Правительство Москвы сейчас самое передовое в рамках принятия антикризисных мер. Недавно Сергей Собянин сказал, что сфера принятия гостей дает столько же дохода казне, что и все оставшаяся промышленность. Если сегодня сфера туризма будет развиваться по всей России, то это оживит всю экономику.

Я считаю, что в момент кризиса государству необходимо вмешиваться в экономическую сферу. При этом государству необходимо научиться брать налоги с бизнеса, а бизнес должен понимать, что налоги нужно платить. Но для этого нужно убрать излишние контрольно-надзорные меры.

ЭИСИ: Какие возможности появились у отрасли и как отрасль туризма их использует?

И.О. Бухаров: Все говорят, что вот сейчас Макдональдс с его 850 предприятиями ушел, станет легче. Нет, поверьте нет. Будет заметно его отсутствие на российском рынке. Количество неудавшихся отечественных предприятий велико. Еще одна главная проблема для ресторанного бизнеса состоит в том, что отсутствует разнообразие продукции. Поэтому сейчас путей и возможностей очень много.

ЭИСИ: Каким Вы видите развитие отрасли в ближайшие годы?

И.О. Бухаров: Путешествия, в первую очередь – это смена обстановки, к этому нужно стремиться и понимать. Считаю, что все будет зависеть от покупательской способности населения. Если все будет хорошо, будем ездить по стране, кушать в ресторанах. Не будет так все хорошо, будет более приземленная атмосфера. В любом случае, есть будут всегда, отдыхать будут всегда. Жизнь продолжается, она не закончилась, но пока не ясно в каких условиях мы будем жить дальше. Надо сделать все, чтобы была возможность сменить обстановку. Нужно строить дорожную, железнодорожную инфраструктуру, чтобы была возможность отъехать от крупных центров на машине. У нас сегодня средняя полоса с озерами такая же перспективная, как и черноморское побережье. Например, в горных европейских странах нет ведь моря, они обычно отдыхают на реках и озерах, или же в городских термальных центрах.

В наше время, когда строятся сверхсовременные заводы с высоким уровнем роботизации, цифровизации, где не нужно очень много рабочих мест, людям довольно выгодно выстраивать карьеру в сфере российского туризма, с путешествиями и созданием комфорта. Для этого имеются возможности. Россия и США – большие по масштабам стран. Однако, если сравнить число ресторанов на 1000 человек, то у них их в два, а то и в три раза больше. У них не является чем-то зазорным поработать в ресторанной сфере, даже официантом. Россия обладает огромным потенциалом для развития туристической отрасли.

ЭИСИ: В сегодняшних условиях с чем отрасль не может справиться без помощи государства? В чем заключается ожидаемая помощь?

И.О. Бухаров: Главный риск для ресторанов – это дефицит оборудования.

Другие проблемы носят долгосрочный структурный характер. Тут без государства никуда не денешься.

Не хватает отелей. Понятно, что сегодня можно построить глэмпинг, но это всего лишь маленький шатер. Он прослужит год-два, на третий развалится. В сегодняшней экономической модели в отели вкладываются те, кто готов инвестировать на 20 лет и обладает безумными деньгами. Понятно, что мы можем приводить в пример историю Артека, который начинался с палаток, потом строились маленькие домики, а затем большая недвижимость.

Сейчас туристические места в России, например, на Кавказе, не тянут человека заново их посетить. Они предлагают пожилой отдых: идешь к одному источнику попить водички, потом к другому. Ну приеду ли я еще раз туда? Нет, конечно. Не хочу. Скучно. Хочу что-нибудь яркое и интересное, этому нужно обучать. Из этого исходит и другая проблема – большая нехватка специалистов в туристической отрасли.

Эти структурные проблемы отрасли можно решить только с участием государства.

ИНТЕРВЬЮ С ИСПОЛНИТЕЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ АССОЦИАЦИИ ТУРОПЕРАТОРОВ РОССИИ М.А. ЛОМИДЗЕ

Ассоциация Туроператоров России – некоммерческое отраслевое объединение, которое защищает интересы туроператорского сообщества. На данный момент в АТОР входят крупнейшие компании-туроператоры из различных регионов России. В общей сложности члены АТОР обеспечивают более 90% всего выездного потока из России, более 70% въездного и более 80% внутреннего туристического потока. Все члены АТОР внесены в Единый Федеральный реестр туроператоров России и имеют страховую гарантию. АТОР отстаивает интересы своих участников, обеспечивает их правовой и информационной поддержкой. С 2009 года АТОР является ассоциированным членом Всемирной Туристской организации (UNWTO). В 2014 году Ассоциация туроператоров была награждена премией World Travel Leaders Award как лучшая туристическая организация России.

ЭИСИ: Уважаемая Майя Арчиловна! Не могли бы Вы сказать, с какими трудностями столкнулись предприятия отрасли туризма, как они сегодня с ними справляются?

М.А. Ломидзе: Есть преодолимые трудности, а есть непреодолимые.

Непреодолимая трудность – это авиация. Туризма нет без транспорта, и так уж получилось, что есть страны и регионы, куда невозможно добраться на поезде, только на самолёте. А с авиацией ситуация находится до сих пор в состоянии высокой неопределенности. Мы до конца так и не понимаем, сколько у нас самолётов, на которых мы можем летать. Были официальные заявления Минтранса на этот счёт, но жизнь снова вносит свои коррективы. Это непреодолимая проблема для участников рынка. Закрытие границы не стало сюрпризом: мы два года жили в таком состоянии. Работал внутренний туризм. Можно было найти способ как-то добраться до места отдыха. Сейчас ключевой вопрос: на чем добраться?

Вторая проблема, которую тоже сложно решить силами бизнеса (то есть никакая предпринимательская жилка и изворотливость здесь не спасает) – это ограничения, введённые валютным законодательством. Понятно, что за последнюю неделю были введены определённые послабления в этой части, то есть можно уже покупать как-то наличные и как-то туристы могут решать этот вопрос. Но это все равно очень серьёзные ограничения, которые влияют в целом на спрос и на потребительское поведение туристов. Здесь тоже туроператоры ничего сделать не могут.

Еще было ограничение в виде лимита в размере 30% на авансовые платежи по контрактам с нерезидентами, а теперь уже нет. Сейчас этот

вопрос решен, потому что в общем с точки зрения туризма не очень понятная была инициатива. Она затронула в том числе весьма и весьма дружественные страны, например Беларусь или Узбекистан, или Абхазию, где платежи производились в том числе в рублях. Вот это ограничение на 30% тоже очень сильно тормозило спрос.

И четвертая непреодолимая проблема – это курс и повышение себестоимости отпуска и, соответственно, цены продукта. Здесь тоже туроператоры влиять не могут.

Вот эти четыре обстоятельства, на которые туроператоры влиять не могут, и обуславливают картину, которую мы сейчас наблюдаем. Формально выездной туризм не закрыт, он существует, есть всякие разные способы добраться до каких-то мест отдыха. Но эти способы ограничены, и многие туристы просто боятся. Либо они боятся лететь, боятся застрять где-то, у них нет денег, чтобы купить по новой цене в связи с валютными колебаниями, и таким образом мы видим довольно серьезное снижение спроса в сегменте выездного туризма. Это важно, потому что вся отрасль, и туроператоры, и турагенты, основной свой хлеб – в силу сезонности, и особенности ценообразования на внутреннем рынке, и вообще особенности диспозиции, самостоятельного организованного туризма – свой хлеб зарабатывали на выездном туризме.

Внутренний туризм. Прекрасно что он есть и до сих пор остаётся, но зарабатывать на нем так, как можно было зарабатывать на выездном и въездном (которого сейчас просто нет) – так не получается. Отсутствие внятного выездного рынка туроператоры по внутреннему туризму, которые много лет занимались только внутренним туризмом (у нас есть ряд таких крупных компаний, которые являются и инвесторами, и владельцами гостиниц), считают проблемой для внутреннего рынка, потому что отсутствие конкуренции снимает барьеры в плане ценообразования.

Очень многие регионы говорят: а куда денутся, снова к нам поедут. Можно поставить предельно возможную цену – такую, по которой будут покупать, но скрипя зубами, и особо можно не развиваться, так как конкурировать больше не с кем. Это все можно было остановить. Единственный действенный способ здесь — это усиливать конкуренцию хотя бы внутри. У нас это показал пандемийный период 2020-2021 годов. В стране острейшая нехватка инфраструктуры нормального качества, работающей в легальном поле. Ее дефицит не из-за того, что все такие злобные, не строят гостиницы, а потому, что есть сезонный фактор и не принимались усилия для их круглогодичной загрузки, и, как следствие, все вложения в инфраструктуру окупались через бог знает сколько времени. Никакого режима благоприятствования для создания инфраструктуры и соответственно для усиления конкуренции внутри страны на протяжении многих лет не предпринималось. В пандемийный период приняли нацпроект, предусмотрели льготное кредитование, создали корпорацию Туризм.РФ как раз с целью что-то построить. Просто совершенно очевидно, что чудес не бывает и за год это не произойдет.

ЭИСИ: Майя Арчиловна, но ведь кризисная ситуация похожего типа у нас уже была – COVID-19, скажите, можно ли адаптировать меры и способы, предпринятые в период пандемии к нынешней ситуации?

М.А. Ломидзе: Во-первых, случаи абсолютно разные. С ковидом все было понятно, что это рано или поздно закончится. Хотя это затянулось больше, чем все ожидали: все думали, ну год. Сейчас мы не понимаем сроков окончания этого кризисного периода. В конце 2020 года у нас было пять стран, куда можно было выехать более-менее массово. Пускай это было всего пять стран – но у нас были внятные условия. У нас сейчас Турция с не особо внятными условиями. Как я говорила, у нас сейчас не все наши авиакомпании могут летать, а иностранным авиакомпаниям то ли дают разрешение, то ли не дают разрешение. Здесь тоже не существует внятной картины. Планирование в ковид – как ни парадоксально при том, что это был шоковый удар – было понятно, что это закончится, и стратегией выживаемости была максимальная оптимизация и использование любых возможностей, которые даёт рынок внутренний и выездной, и даже въездной какой-то возник уже в 2021 году. Меры были временные, было понятно, что надо переждать. Рынок продемонстрировал огромные мобилизационные и адаптационные возможности. Те меры поддержки, которые были в ковид: по отсрочке обязательств (важнейшая мера, которая, как я считаю, спасла рынок), постановление правительства №1073 об отсрочке обязательств по ковидным турам; по субсидированию зарплаты в размере МРОТ; какие-то льготные кредиты, хотя это было направлено в основном на МСБ и не все в туризме этим воспользовались и крупный бизнес остался вообще практически за бортом – сейчас просто спроецировать, просто сделать кальку в нынешней ситуации бессмысленно.

Ковид приучил к этой неопределенности, к высокой неопределенности, к сокращению горизонта планирования и к каким-то тактическим шагам. Сейчас эта неопределенность увеличилась в разы. Плюс информационное поле, которое резко перестало отличаться какой-то достоверностью. Если мы говорим про разрешение на полеты иностранных авиакомпаний – сначала говорится, что им разрешили, потом выясняется, что не разрешили, Минтранс говорит: «У нас вообще никакой информации нет». Принимать решение в таких обстоятельствах очень сложно и, соответственно, выстраивать стратегию тоже сложно. Есть меры поддержки, которые, безусловно, в сложившейся ситуации эффективны. Как-нибудь снизить финансовую нагрузку, потому что упала доходность. Она упала сильнее ковидного периода и, повторюсь, мы не видим сроков начала восстановления этой доходности. Я говорю про туроператоров и турагентов. Ввести какие-то льготные налоговые режимы – убрать НДС, например, с тех же туроператоров. Гостиницы избавили от НДС, так почему нельзя по всей цепочке реализаторов услуги освободить от НДС. Плюс мы понимаем приоритет в виде ИТ и в виде поддержки всего ИТ-сегмента. Понимаем, что нельзя проводить прямую аналогию между туризмом и ИТ, но тем не менее какие-то инструменты в виде снижения налоговых ставок можно было бы применить и в туризме. Меры поддержки сейчас

должны быть направлены на снижение финансовой нагрузки ввиду снижения доходности на неопределенно долгий срок.

ЭИСИ: Скажите, пожалуйста, какая поддержка государства помогает предприятиям преодолевать трудности и какой от нее достигается эффект?

М.А. Ломидзе: Те меры поддержки, которые есть, верные. Если мы не берём в расчет какие-то стратегические отрасли, связанные с промышленностью, с сельским хозяйством, с экспортной историей. Все остальные меры поддержки – они широкого профиля. Непосредственно на туризме позитивно отражается мораторий на банкротство, мораторий на проверки малого и среднего бизнеса. Это плюс, это хорошо, это некие административные меры, которые снимают нагрузку с отрасли.

Непосредственно связана с туризмом была инициатива поддержки создания некапитальных объектов размещения во многих регионах, чтобы весь внутренний поток можно было где-то разместить. Мы уже говорили, что инфраструктуры не хватает. Догадываюсь, что это всё-таки не палатки, но и не отели. Некие объекты, которые будут запущены в этом году и должны помочь туристам где-то поселиться. Тоже, в общем, неплохо. Плюс продление того самого постановления 1073 до конца 2022 года по ковидным турам – мы ждали его с декабря и наконец событие свершилось в начале апреля. Это тоже огромный шаг, потому что у туризма сейчас снижение доходности, огромный объем обязательств с 2020 года и усугубившийся падением объема продаж 2022 года, где отсрочка уже не работает. Мы не можем отсрочить эти туры, потому что мы не понимаем, когда, где и что откроется. Отсрочка здесь была бы просто профанацией. Этот объем обязательств – его каким-то образом надо снизить, потому что доходность не увеличивается. На входе у нас 10 рублей, а объем обязательств – 100 тысяч. На этих десяти рублях сто тысяч ты никак не можешь выплатить, чудес не бывает.

Основные меры поддержки – это снижение финансовой нагрузки. Возвращаясь к вашему вопросу – вот эти административные меры поддержки для туризма эффективны. Налоговые, если мы не берём туроператоров и турагентов, в части нулевой ставки НДС для гостиниц – это вообще прорыв, это просто ура, просто супер. Поддержка инфраструктуры, чтобы была возможность больше продавать – это тоже просто супер. Кэшбэк продлили – очень сильно поддержали. Продажи упали на выездном, потому что некуда, а на внутреннем потому, что люди боятся летать, плюс юг весь закрыт. Кэшбэк – это тоже эффективная мера поддержки, которую тоже надо бы продлевать пока ситуация сохраняется, чтобы стимулировать спрос и поддержать доходность. Чего не хватает – не хватает мер для снижения финансовой нагрузки в виде налогов и мер по снижению объема обязательств. В идеале произвести такую же историю, как сделали с авиацией. Сказал президент, что авиакомпаниям не надо выдавать ваучеры, верните людям деньги за билет. Выделили из федерального бюджета субсидию на возврат средств. Вот такая субсидия на возврат средств по турам тоже была бы мегаэффективной мерой поддержки.

ЭИСИ: Какие возможности появились у отрасли и как отрасль туризма их использует?

М.А. Ломидзе: Пока таких возможностей нет. То, как бизнес изворачивается – запускает автобусы на юг, например, в связи с неопределенностью с полётами. Появились чартерные автобусы. Я не могу сказать, что это возможность. Это выход, это будет востребовано, потому что недорого и меньше ехать, чем на поезде. Но это не возможность, на данный момент их нет.

ЭИСИ: Каким Вы видите развитие отрасли в ближайшие годы?

М.А. Ломидзе: Прогнозы никакие строить сейчас невозможно. Знаете, что такое поверхностное натяжение воды? У каждой жидкости есть поверхностный слой и определенная плотность, по которой могут передвигаться водомерки и не тонуть. Вот эта плотность измеряется в каких-то единицах. Вы у меня просите прогноз, какой будет эта плотность, как по ней двигаться. А мы в состоянии кипящей воды сейчас. Поэтому прогноз я вам дать не смогу.

Но я вам могу сказать, что сезон состоится, люди как-то поедут. Уже очевидно, что вырастет доля тех, кто будет передвигаться на собственном транспорте и в соседние регионы. Не будут люди рисковать и ехать куда-то далеко. С другой стороны, всем нужно море. Сезон как-то состоится. Сказать вам по цифрам, притом, что мы не понимаем, как долго будут закрыты аэропорты Анапы, Геленджика, Симферополя... Почти треть всего потока внутри страны приходится на два региона – Краснодарский край и Крым. Это потокообразующие регионы. Сезон в любом случае состоится, люди поедут, туризм не умрет.

Ещё раз – доля автомобильного туризма вырастет, вырастет доля и тех, кто будет ездить поблизости от себя. Дальний Восток вообще отдельная тема - планируется запустить чартеры на Сахалин и на Камчатку. Это тоже даст определенный период, но несопоставимо, плюс 3000 человек. У нас 85 регионов, 85 разных картин в плане туристического потока, спроса. Владивосток – одна история, Архангельск и Псков – другая. В каждом регионе, возможно, даже будут рекордные показатели, потому что самостоятельных туристов будет много. Но когда мы говорим про туристический бизнес, про индустрию туроператоров и турагентов – они в меньшей степени в это вовлечены, потому что их доля на внутреннем рынке не превышает 20%, и эти 20% обеспечены массовым сегментом, черноморским побережьем.

ЭИСИ: В сегодняшних условиях с чем отрасль не может справиться без помощи государства? В чем заключается ожидаемая помощь?

М.А. Ломидзе: Первое – это объем обязательств за 2022 год. По нашим подсчётам, если не считать потоки в дружественные страны, составят порядка 12-15 млрд рублей. Отрасль это не переварит. Если не будет

никаких мер поддержки, мы захлебнемся. Второе – все, что касается авиации. Мы зарабатывали на выездном туризме, доля заработка большая. Вопрос авиации – второй ключевой вопрос, от которого зависит, как будет развиваться отрасль и будет ли она вообще развиваться. И по поводу въезда - очевидно, что у нас остались страны Ближнего Востока, Средней Азии и Юго-Восточной Азии. Создать режим наибольшего благоприятствования для въезда из этих стран, ввести только для них электронные визы, убрать все ковидные ограничения, заниматься, по сути, экспортом услуг – вот третье направление, которое поддержало бы рынок в нынешней ситуации.

ИНТЕРВЬЮ С ПРЕЗИДЕНТОМ УРАЛЬСКОЙ АССОЦИАЦИИ ТУРИЗМА М.А. МАЛЬЦЕВЫМ

Уральская Ассоциация туризма (УАТ) создана как общественное объединение с целью обеспечения защиты прав и представления интересов членов УАТ в российских государственных органах и международных организациях и координации их деятельности. В УАТ входит более 60-ти участников. В состав Ассоциации входят крупнейшие туроператоры, туристические агентские сети, авиакомпании, высшие учебные заведения, страховые компании, гостиницы и санатории. Среди задач Ассоциации – оказание методической помощи участникам туристской деятельности в Уральском регионе, организация семинаров и конференций по проблемам туризма, обобщение практики применения нормативных актов, касающихся сферы интересов участников туристской отрасли, разработка и продвижение в законодательных органах предложений и рекомендаций по вопросам развития туризма, взаимосвязь с туристскими ассоциациями и организациями других регионов страны, ближнего и дальнего зарубежья.

ЭИСИ: Уважаемый Михаил Анатольевич! Не могли бы Вы сказать, с какими трудностями столкнулись предприятия отрасли туризма, как они сегодня с ними справляются?

М.А. Мальцев: Я сконцентрируюсь на проблемах туристической отрасли Уральского федерального округа. Это преимущественно выездной регион, поэтому основной проблемой для нас было закрытие ряда направлений и отсутствие возможности путешествовать во время пандемии. В этот период размер фонда заработной платы в отрасли сократился на 85%, я не говорю о числе закрытых фирм или уволенных сотрудников. Потом мы вышли на 40% от доковидного размера фонда заработной платы. За счет чего нам удалось вырасти? Это произошло во многом благодаря мерам господдержки, они были как эффективные, так и неэффективные. К эффективным мы относим выплаты Сбербанка, которые были для предприятий, и, конечно, историю с кэшбеком. На первом этапе они для нашего региона были мало полезны. Наша Ассоциация выступила с рядом инициатив вместе с руководителями российского союза туристической индустрии в адрес главы корпорации Туризм.РФ, чтобы адаптировать меры для городов-миллионников, где короткий срок проживания. Мы же не Ставрополье или Краснодарский край, куда люди приезжают на 10 дней. Поэтому сейчас все последующие этапы Кэшбека – это очень эффективная мера для поддержания денежного оборота.

ЭИСИ: А как обстоят дела сейчас, в ситуации санкций?

М.А. Мальцев: Нам тяжело потрясения отделять одно от других, оно у нас идет единым таким потоком. Я разобью свой ответ на две части: выездной туризм, это когда агентство продает туры условно в Турцию или куда-то еще, и на поддержку внутренней структуры, то есть это туризм в Свердловскую область. К сожалению, Свердловская область по

внутренней инфраструктуре является отстающей от соседних регионов, мы уступаем Челябинской, Тюменской области по средствам размещения, по уровню государственного частного партнерства и инфраструктуры, но мы выигрываем за счет базовой и стратегической инфраструктуры: аэропорты «Кольцово», «Свердловск-пассажирский». И это нам дает возможность все-таки и принимать, и отправлять людей.

Поэтому сейчас на данный момент нами был инициирован целый ряд проектов и по профорientации инновационных программ по обучению продажи того продукта, который есть, условно говоря не на Мальтийские острова продавать, а на Челябинские озера. И также мы работаем над расширением продуктовой линейки в части промышленного туризма. То есть у нас нет морей, теплых океанов, но у нас есть заводы, предприятия, есть прекрасные озера, сами города. Екатеринбург обладает великолепной технической базой общепита, театрами, вот вокруг этого выстраиваем. И конечно мы связываем наши надежды с национальным проектом «Туризм и индустрия гостеприимства». Мы работали над ним совместно, там есть в том числе и наши предложения, которые от лица РСТ звучали. Мы активно взаимодействуем, многие из нас состоят в рабочей группе Государственной Думы. Поэтому мы полагаем, что при любом развитии обстоятельств национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» будет реализован, в том виде как мы это планируем. Мы застрахованы от какого-то падения даже самого существенного, независимо от того будет там Европа открыта, закрыта и так далее.

ЭИСИ: Скажите, пожалуйста, какая поддержка государства помогает предприятиям преодолевать трудности и какой от нее достигается эффект?

М.А. Мальцев: Спасибо за возможности кэшбека! Было бы здорово, если бы малым предприятиям выдавали льготные кредиты Сбербанк, как это было в начале пандемии. А по поводу того, каких мер не хватает, то, прежде всего, не хватает активности и мер поддержки со стороны региональных властей. В Ямало-Ненецком автономном округе и Челябинской области принимались эффективные меры, которые дали какие-то результаты, но вопрос опять-таки, чего мы хотим. То есть, если мы хотим развивать нашу инфраструктуру – это один путь, если мы хотим усилить агентство по продажам за рубеж – это другой путь. Где-то может искать компромиссные варианты, которые не вступают в противоречие первого и второго момента, то есть какого-то единого минутного такого рецепта и механизма, который нас бы в светлое будущее привел, я не знаю, над ним надо работать. Туризм очень гибкая, постоянно меняющаяся сфера, поэтому надо быть постоянно в процессе и в моменте.

Мы регион промышленный и металлургический, с социальной и экономической точек зрения, я понимаю позицию областной власти. Я полагаю они больше включились в поддержку градообразующих предприятий, и это действительно объективно более важно. Мы остались вне этого процесса. По оценкам профессионального сообщества меры грантовой поддержки, которые осуществлялись на уровне областного правительства, не всегда были эффективными.

ЭИСИ: Какие возможности появились у отрасли и как отрасль туризма их использует?

М.А. Мальцев: Было бы логичным, наверное, вам услышать ответ, что люди не поехали за рубеж, все кинулись на наши средства размещения, заполнили бюджет, побежали инвесторы в это вкладывать. Ничего подобного не было у нас, такое наблюдаем и в Челябинской, и в Тюменской областях. У нас такого нет... Соответственно, мы как полуторамиллионная столица федерального округа и почти четырехмиллионный регион являемся поставщиками голов и денег для соседних областей, где было выстроено государственно-частное партнерство, где работали над сервисом, над количеством загородных средств размещения, которые успешно все это эксплуатируют, пополняя свой бюджет, и предоставляя, и создавая рабочие места всей туристской инфраструктуры.

ЭИСИ: Каким Вы видите развитие отрасли в ближайшие годы?

М.А. Мальцев: Прежде всего, это тренд на развитие загородных средств размещения. Это возможно экотуризм, сельскохозяйственный туризм, потому что там довольно хорошая поддержка со стороны государства. Мы связываем наши надежды с деятельностью корпорации Туризм.РФ. Мы призываем ее к более эффективной и тесной работе с профессиональным сообществом, которое представляет Российский союз туристической индустрии. Мы не говорим: «Дайте деньги!», мы говорим, что нужен доступ к дешевым кредитам, к доступным кредитам, к длинным деньгам. Поэтому я полагаю, что, конечно, это появиться со временем в нужном объеме.

ЭИСИ: В сегодняшних условиях с чем отрасль не может справиться без помощи государства? В чем заключается ожидаемая помощь?

М.А. Мальцев: Как я и говорил, мы были на точке 85% падения, и выжили, поэтому я не знаю, что может нас угробить. Только, наверное, общее бедственное экономическое положение в стране. Если у людей будет выбор между едой и отдыхом, они не будут делать выбор в пользу отдыха. Однако при любом развитии отрасли она довольно гибкая и выживет, потому что есть естественная потребность отдыхать, оздоравливать детей, восстанавливаться после сильных заболеваний. Это абсолютно нормально, то есть пока у людей будут деньги – мы выживем. Выживем ли мы, принося пользу нашему бюджету, формируя его, формируя рабочие места, уровень сервиса, уровень культуры, или просто выживем – это зависит конечно от государства, поэтому нам необходимо государственно-частное партнерство опять-таки корпораций таких как «Туризм.РФ». Если будем так работать, то все сложится!

