

тех рекреационных ресурсов, народно-хозяйственный эффект от которых можно измерить для минеральных вод, лечебных грязей, леса, поверхностных вод, природных национальных парков [5, с.50].

Создание единой комплексной модели кадастра туристских ресурсов является необходимым для комплексного планирования развития туризма в том или ином регионе. Она является основой для разработки целевых программ и концепций развития туризма в регионах. Составление кадастра туристских ресурсов позволит выявить сильные и слабые стороны территории как с точки зрения специалистов, так и с точки зрения туристов.

Таким образом, при спорности и неоднозначности подходов, экономическая оценка туристско-рекреационных ресурсов и потенциала территории имеет важное хозяйственное значение и поэтому нуждается в своем дальнейшем развитии. Сложный комплекс вопросов, связанных с оценкой и развитием ресурсной базы туризма регионов России пока не нашел всестороннего и детального освещения. Результаты оценки ресурсов развития туризма и научное обоснование долгосрочных целевых программ развития туризма позволят избежать ошибок при разработке и повысить эффективность реализации мероприятий региональных программ развития туризма. За счет этого будут значительно улучшены экономические показатели развития не только туристской отрасли, но и региональной экономики в целом.

#### Литература

1. Гаврилов А. И. Развитие ресурсного потенциала туризма на региональном уровне: социально-экономические факторы [Текст] // Проблемы теории и практики управления. – А.И. Гаврилов 2011. – № 11. – С. 50-55.
2. Робинсон Б. В. Вопросы повышения эффективности управления региональными ресурсами развития туризма [Текст] / Б.В. Робинсон, Е. О. Ушакова // Вестник СГГА. – 2013. – Вып. 4 24. – С. 63-72.
3. Ушакова Е. О. Кадастр природных ресурсов как основа модели комплексной оценки туристских ресурсов региона [Текст] // Сервисные технологии. Теория и практика: сб. науч. тр. / Е.О. Ушакова – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2011. – Вып. 3. – С. 121-125.
4. Ушакова Е. О. Методический подход к комплексной оценке ресурсов развития туризма региона [Текст] // Региональная экономика: теория и практика. / Е.О. Ушакова – 2013. – № 48. – С. 42-49.
5. Ушакова, Е. О. Методологические основы оценки ресурсов развития туризма региона [Текст]: монография / Е. О. Ушакова, И. И. Золотарев, С. А. Вдовин. – Новосибирск: СГГА, 2014. – 194 с.

УДК 338.48

## ТУРИСТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС В ПЕРИОД КРИЗИСА

*студентка юр. института Ядута С.А.  
ст. преп. Олейник Ю. И.  
Белгород, Россия*

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

**Аннотация:** изложены результаты развитие туристического бизнеса в России и его влияние на социально-экономическое развитие страны; исследован кризис в туризме с точки зрения посещаемости сайтов; установлено как регулируется рынок туристических услуг в период кризиса.

**Ключевые слова:** туризм, развитие, Россия, рынок, услуги, кризис

## TOURIST BUSINESS IN RUSSIA AND ITS DEVELOPMENT

*1st year student The Law Institute Yaduta S.A.  
senior lecturer Oleinik Y.I.  
Belgorod, Russia  
Belgorod State National Research University*

**Abstract:** the results of development of tourist business in Russia and its impact on the socio-economic development of the country; investigated the crisis in tourism in terms of attendance sites

**Keywords:** tourism, development, Russia, rialto, services, crisis

Туристский бизнес в России находится на стадии структурной перестройки, институционального становления, формирования внутриотраслевых, межотраслевых и внешнеэкономических связей. Туризм – один из немногих динамично развивающихся видов отечественного бизнеса. Интерес предпринимателей к туризму объясняется рядом факторов. Во-первых, для того чтобы начать заниматься туристским бизнесом, не требуется больших инвестиций. Во-вторых, на туристском рынке вполне успешно взаимодействуют крупные, средние и малые фирмы.

2014 год стал роковым для туристического бизнеса в России. После многообещающего подъема сразу после Олимпиады в Сочи, уже весной обозначился кризис небывалого масштаба. Лето принесло финансовые потери тысячам туристов, пострадавшим от крупных туроператоров. Как следствие, осень ознаменовалась рядом громких банкротств ведущих, твердо стоящих на ногах туроператоров. К концу года Ростуризм исключил из своего реестра 200 участников рынка. Потери российской туристической индустрии по итогам года составили порядка 4 млрд.

За два месяца (середина июля – середина сентября) обанкротилось 16 туристических операторов, и, по оценкам экспертов, пострадало около 150 тысяч россиян. Последовательность банкротств в хронологическом порядке представлена в таблице.

Таблица

**Банкротства туроператоров России в 2014 году \***

№	Компания	Дата банкротства	Доход за 2013 год, рублей	Примерное количество пострадавших туристов
1	НЕВА	16.07.2014	3 684 000 000,00	24500
2	Роза ветров Мир	25.07.2017	-	906
3	Экспо Тур	30.07.2014	-	1015
4	Идеал Тур	01.08.2014	105 700 000,00	-
5	Лабиринт	02.08.2014	208 600 000,00	67000
6	ИнтАэр	05.08.2014	-	1700
7	Нордик Стар	06.08.2014	-	80
8	Сургутурорт	12.08.2014	-	-
9	Ветер Странствий	14.08.2014	-	400
10	Этюд	20.08.2014	-	-
11	Атлас	22.08.2014	372 980 000,00	1000
12	Милана-тур	22.08.2014	-	-
13	Авиачартер ДВ	29.08.2014	100 000 000,00	1000
14	Солвекс-Турне	08.09.2014	4 550 900 000,00	17600
15	Южный крест	10.09.2014	592 200 000,00	38000
16	Верса	15.09.2014	9 000 000,00	4000
	Итого	-	-	157201

\* Составлено по: Муравьева А. В. Обзор туристического рынка в России //NAUKA-RASTUDENT. RU. – 2014. – №. 9 (09).

Как видно из представленных данных, пик банкротств пришелся на август 2014 года, то есть на один из месяцев максимальной активности туристических операторов. Здесь стоит отметить, что данная закономерность является логичной и обоснованной сезонностью бизнеса, так как август – месяц, когда объем входящих денежных потоков существенно сокращается, одновременно с тем, что в этом месяце объем обязательств туристического оператора, которые ему необходимо исполнять, велик. Другим значимым наблюдением является то, что последнее крупное на данный момент банкротство произошло более полугода назад, в сентябре 2014, что означает, что компании, выстоявшие пиковый сезон активности смогли продолжить работать в менее напряженных условиях. Третий, вероятно, наиболее интересный вывод из приведенной таблицы – все компании, предоставившие финансовую отчетность за предыдущий период (2013 год) имели положительные значительные финансовые результаты. Для объяснения этого можно сделать два предположения: либо финансовые проблемы компаний полностью возникли в 2014 году, либо отчетность, предоставляемая туристическими операторами, является недостоверной.

Обобщив основные факторы кризиса туристической индустрии их можно представить в виде нескольких укрупненных групп (рисунок).

Экономические	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Повышение себестоимость тур. продуктов</li> <li>•Снижение доходов населения</li> <li>•Низкая рентабельность в отрасли</li> </ul>
Политические	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Запрет на выезд некоторым категориям граждан</li> <li>•Опасения туристов не получить визу</li> <li>•Изменение отношения граждан РФ к ЕС</li> </ul>
Законодательные	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Устаревшая законодательная база</li> <li>•Недостаточность гос. регулирования</li> </ul>
Корпоративные	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Слабое планирование</li> <li>•Жесткая конкуренция</li> <li>•Использование системы отсроченных платежей</li> <li>•Отсутствие гибкости</li> </ul>

Рис. Причины кризиса туристической индустрии России 2014 года

Из представленного выше списка причин можно заключить несколько значимых для понимания данного кризиса выводов. Во-первых, кризис туристической индустрии 2014 года не был неожиданным, так как множество неблагоприятных факторов влияет на отрасль уже значительное время. Во-вторых, причинами данной рецессии выступают не исключительно экономические факторы (снижение доходов и повышение стоимости продукции), но также другие группы факторов. Говоря о деятельности туристических операторов в условиях данного кризиса необходимо отметить, что, несмотря на то, что далеко не все детерминанты могут быть изменены участниками рынка, всё же некоторая совокупность причин является внутрикорпоративными, что означает, что оставшимся на рынке игрокам необходимо совершенствовать собственные стратегии для преодоления внутренних негативных факторов.

Преодоление кризиса в сфере туризма может быть успешным лишь в том случае, если оно будет осуществляться на базе системной, глубоко продуманной и критически выверенной методологии, оптимального сочетания эффективного государственного регулирования, последовательных антикризисных стабилизационных мероприятий. Устойчивое развитие индивидуального туризма, рост образовательного туризма будет способствовать появлению профильных отделов в отечественном турбизнесе, что позволит достичь высокой результативности оказания комплекса необходимых потребителю услуг, повысит эффективность потребления всех видов ресурсов в процессе оказания туристских услуг.

#### Литература

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Текст]: федеральный закон РФ от 24.11.96 № 132-ФЗ // Российская газета. – 2012. – № 100.
2. Геращенко И.П., Василенко А.А. Построение модели оценки маркетинговой устойчивости компаний [Текст] / И.П. Геращенко // Вестник Томского Государственного Университета. Экономика. – 2014. – №. 1 (25). – С. 18-29.
3. Муравьева А. В. Обзор туристического рынка в России [Текст] / А.В. Муравьева // nauka-rastudent.Ru. – 2014. – №. 9 (09). – С. 56-69.
4. Овчаров А. О. Экономические риски и система управления туристским предприятием [Текст] / А.О. Овчаров // Директмедиа. – 2014. – С. 108-123.
5. Олейник Ю.И., Олейник И.И., Проблемы управления производительностью труда на предприятии // Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества Материалы II международной научно-практической конференции / Под редакцией Е.В. Никулиной: – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2014. – С. 102-107.