Гаврильчак Н.И.
канд. экон. наук, доцент

Никитина А.С.
Санкт-Петербургский университет сервиса и экономики

Туристские страсти

современные тенденции развития туристского бизнеса

Специфической особенностью туристской деятельности является симбиотический характер существования двух типов экономически самостоятельных субъектов – турагентов и туроператоров, принципиально различающихся по характеру деятельности, инвестиционной привлекательности и действующих на рынках различных конкурентных структур. Деятельность туроператоров существенно зависит от поставщиков услуг размещения, питания и транспорта. Вследствие этого по мере роста привлекательности туристского рынка для бизнеса увеличивается стремление к концентрации и укрупнению туристских предприятий.

К числу наиболее значимых современных тенденций развития туристского бизнеса относятся слияния и поглощения. В специальной литературе подобная деятельность называется одним термином – слияние (mergers), под которой в широком смысле понимается такой процесс, в ходе которого из нескольких компаний образуется одна. Однако юридическая наука и бухгалтерский учет требуют дробления данной категории на процедуры по слиянию (mergers) и поглощению (acquisitions).

Отличительной чертой сделки слияния компаний является то, что акционеры «приобретаемой» компании после объединения сохраняют свои права на акции, но уже нового, объединенного акционерного общества.

Процедуру поглощения отличает то, что здесь приобретающая (поглощающая) компания выкупает у акционеров приобретаемой (поглощаемой) компании все или большую часть акций. Таким образом, акционеры поглощаемой компании теряют свои права на долю в капитале новой объ-

единенной компании. Развитие туристского рынка в России за последнее десятилетие привело к обострению конкуренции и, как следствие, - развитию процессов слияний и поглощений, характерных для рынка туристских продуктов развитых стран.

М.Л. Лучко, анализируя конкурентные стратегии транснациональных корпораций, приходит к выводу о том, что частой практикой для транснациональных компаний является поглощение местных поставщиков услуг на локальных зарубежных рынках для диверсификации своей деятельности и повышения качества обслуживания местных потребителей [1].

По данным Организации Экономического Сотрудничества и Развития (ОСЭР) в течение 90-х годов XX в. произошли значительные изменения в отраслевой структуре стратегических альянсов. Их удельный вес в обрабатывающей промышленности снизился с 55% в 1990г. до 18% в 2000г., а в сфере услуг их доля за этот период повысилась с 32% до 80%.

Процессы слияний и поглощений в сфере туризма весьма характерны для международного туристского рынка. В ходе этих процессов возникают гигантские гостиничные и ресторанные цепи, появляются туроператоры, контролирующие целые туристские регионы и сегменты рынка, авиакомпании, поделившие мировые объемы пассажирских и грузовых перевозок.

акционеры поглощаемой компании теряют свои права на долю в капитале новой объединенной компании

Например, одна из наиболее известных английских туристских фирм, функционирующих в режиме on-line, Lastminute.com в феврале 2005г. заявила о слиянии с туристической компанией Thomas Cook, которая является одной из наиболее известных в Англии. Вместе с этим, в августе 2004г. Lastminute приобрела крупного французского туроператора Degriftour [2].

Одновременно с этим в туристский бизнес вкладывают свои капиталы торговые, транспортные, финансовые, промышленные компании, что приводит к образованию холдинговых корпораций и способствует дальнейшему развитию туризма.

Межотраслевые слияния весьма характерны для такой полиотрас-

---

[1] Лучко М.Л. Конкурентные стратегии ТНК: Стратегические альянсы, слияния и поглощения// Вестник Московского Университета. Сер.6. Экономик.2004. №1, с.31-56.

[2] www.e-commerce.ru

левой сферы деятельности, как туризм. В частности, все теснее переплетаются туристический и авиационный бизнес.

Одним из крупных организаторов туристическо-авиационных групп стал немецкий банк West-Deutsche Landesbank, владелец известной туристической сети Thomas Cook. Американская туристическая компания Carlson и West-Deutsche Landesbank объявили о совместном создании третьей по величине туристической и чартерной компании в Великобритании, которая сможет контролировать 16-20% британского туристского рынка. Это стало возможным благодаря тому, что Thomas Cook прибрела чартерные авиакомпании Airworld и Flying Colours, которые теперь сольются с авиакомпаниями Caledian Airways и Peach Air, входящими в Carlson.

Следует заметить, что Westdeutsche Landesbank также является крупным акционером еще нескольких туроператоров: LTU и HapagLloyd/TUI, одного из ведущих участников немецкого туристического рынка SAirGroup [3].

все теснее переплетаются туристический и авиационный бизнес

Слияния характерны и для российского туристского рынка. Так, например, австро-немецкий туроператор Vasco провел сделку по слиянию с туроператором «Детур», который ведет бизнес в нескольких государствах, включая Россию, Турцию, страны Скандинавии, Чехию и другие. Основные преимущества, которые «Детур» получает от объединения с Vasco – это инвестиции и расширение отдельной базы.

Слияния, поглощения и интеграции, реализуемые в различных организационно-экономических формах функционирования туристского бизнеса, позволяет реализовывать три комплекса целей:

1) выживания, т.е. активной адаптации к неблагоприятной рыночной ситуации;

2) рутинного функционирования, т.е. выполнения комплекса текущих работ в области туристского бизнеса;

3) развития, т.е. завоевания новых рынков сбыта продуктов и услуг.

процессы слияний и поглощений в сфере туризма весьма характерны для международного туристского рынка

---

[3] www.globaltrawel.ru

в туристский бизнес вкладывают свои капиталы торговые, транспортные, финансовые, промышленные компании…

Речь может идти о приоритетности данных целей.

Российское законодательство исходит из двух основных форм организации финансово-промышленных групп: холдинга и системы участия (объединения капиталов в форме слияний и поглощений).

Холдинг, как форма организации финансово-промышленной группы, предполагает наличие материнской и дочерних компаний, где первая владеет (имеет в их уставном капитале контрольные пакеты акций) вторыми. Такая группа создается путем поглощения (скупки) или создания новых зависимых по собственности предприятий.

Туристские фирмы, включенные в банкостраховые группы и финансовые корпорации, получают дополнительные конкурентные преимущества, поскольку приобретают новую институциональную среду в виде инвестиционного и маркетингового партнеров, а также более совершенную рыночную инфраструктуру, включающую информационно-финансовую сеть, консалтинг по стратегическому планированию, подбору персонала, отношениям с общественностью. Помимо этого, достаточно часто встречается практика формирования, так называемых, «карманных» туристских фирм, обслуживающих сотрудников холдинговой корпорации и, в связи с этим, получающих возможность экономии на рекламе и маркетинге.

pn