

# Турбизнес

Travel Trade Russia

## «ПОБЕДОЙ» – В ЕВРОПУ

НОВЫЕ МАРШРУТЫ  
ОТЕЧЕСТВЕННОГО  
ЛОУКОСТЕРА

## ЗДОРОВЫЙ ПОДХОД

ЛЕЧЕНИЕ НА РОДНЫХ  
ПРОСТОРАХ: ПЛЮСЫ И  
МИНУСЫ

## СЕТИ СТАНОВЯТСЯ ЭКОНОМНЕЕ

КАКИЕ ОТЕЛИ  
ОТКРОУТСЯ В РОССИИ  
В 2016 ГОДУ



главная тема

## НЕПОЛНЫЙ ВПЕРЕД

ЧТО ТОРМОЗИТ РОССИЙСКИЙ  
КРУИЗНЫЙ ТУРИЗМ

12+

**АБХАЗИЯ**  
www.7-tur.ru  
туроператор 7-ТУР



**ОДЫХ**  
LEISURE

**22-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ВЫСТАВКА**  
21-24 СЕНТЯБРЯ 2016  
МОСКВА, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР» **М** ВЫСТАВОЧНАЯ

*Me*



*Leisure*

0+  
Результат

**ОДЫХ** МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
РОССИЙСКИЙ  
ТУРИСТИЧЕСКИЙ  
ФОРУМ

Home of Tourism

[www.tourismexpo.ru](http://www.tourismexpo.ru)

E-mail: [violetta@euroexpo.ru](mailto:violetta@euroexpo.ru) | Тел.: +7 (495) 925 65 61/62

**ОДЫХ**  
MICE

12-я Международная  
выставка и конференция  
по деловому туризму  
и корпоративным мероприятиям

**ОДЫХ**  
LUXURY

12-я Международная  
выставка эксклюзивного  
и гастрономического  
туризма

**ОДЫХ**  
SPA & HEALTH

12-я Международная  
экспозиция по медицинскому  
и лечебно-оздоровительному  
туризму

**ОДЫХ**  
TRAVEL TECHNOLOGY

Международная  
экспозиция  
Travel Technology

Организатор:

MOSCOW RUSSIA  
**EUROEXPO**



VIENNA AUSTRIA  
**EUROEXPO**  
Exhibitions and Congress Development GmbH



При поддержке



Федеральное агентство  
по туризму



Российское Служба  
Туризма



Ассоциация  
туроператоров  
России



TTS-RU



Официальный перевозчик

**SKYTEAM**

© 2016 все права защищены

# «АРТ-ТУР» представляет ДУБАЙ

Выгодные сезонные туры для всей семьи!



**ART TOUR**  
Туроператор с 1992 года

Звоните и бронируйте!  
(495) 980 21 21  
[www.arttour.ru](http://www.arttour.ru)

**دبي**



При поддержке  
Федерального  
агентства по туризму



## ФЕСТИВАЛЬ КРУИЗОВ

### ВПЕРВЫЕ!

МОСКВА, 5 АПРЕЛЯ 2016 Г.  
«МАРРИОТ НОВЫЙ АРБАТ»

- ▶ Морские круизы
- ▶ Речные круизы по России
- ▶ Речные круизы по Европе
- ▶ Круизы на паромах
- ▶ Люксовые круизы
- ▶ Экзотические круизы
- ▶ Бронирование круизов

#### УЧАСТИЕ:

(495) 723-72-72  
i.ilina@tourbus.ru  
Ирина Ильина

#### РЕГИСТРАЦИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ:

[www.tourbus.ru/Cruise-Festival.php](http://www.tourbus.ru/Cruise-Festival.php)

Организатор  
**events**

Партнер  
мероприятия

**ОДЫХ**  
Home of Tourism

Партнер  
регистрации



# ДЕРЖИМ ПРАВИЛЬНЫЙ КУРС!

Главный редактор: Софья Константинова  
s.konstantinova@tourbus.ru

Дизайнер: Юрий Киян

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян  
Светлана Коновалова  
Владимир Сергачев  
Анна Юрьева  
Наталья Якубова

Редакция журнала «Турбизнес»  
Адрес редакции: Суворовская пл., д. 2, стр. 3  
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32  
Тел./факс: (495) 723-72-72  
Интернет: www.tourbus.ru

Отпечатано в России  
Тираж 10 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации 017214 от 20.02.1998.

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях. При использовании материалов ссылка на журнал «Турбизнес» обязательна.

Учредитель: ООО «Турбизнес»  
Издатель: ООО ИД «Турбизнес»  
www.idtourbus.ru

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ © 1997 г.

Генеральный директор ИД «Турбизнес»: Иван Калашников  
i.kalashnikov@tourbus.ru

Исполнительный директор: Ольга Мальцева  
o.mal'tseva@tourbus.ru

Заместитель генерального директора: Александр Попов  
a.popov@tourbus.ru

Директор по рекламе: Ольга Гришина  
o.grishina@tourbus.ru

Менеджер отдела рекламы: Анастасия Пшеничная  
reclama@tourbus.ru

Отдел информации и распространения  
Руководитель: Лариса Тарасюк  
L.tarasyuk@tourbus.ru  
Лариса Лаврова

Отдел workshop  
Руководитель: Людмила Сивова  
L.sivova@tourbus.ru  
Елена Архипова  
Кристина Сивова  
workshop@tourbus.ru

Отдел ТБ-Events  
Руководитель: Ирина Ильина  
i.ilina@tourbus.ru

Сайт [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)

Михаил Шугаев  
m.shugaev@tourbus.ru  
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»  
Лариса Мартынова

**BUSINESS TRAVEL**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ © 1997 г.

Главный редактор: Александра Загер  
a.zager@tourbus.ru

**Destinations**  
ТУРБИЗНЕС

Главный редактор: Александр Попов  
a.popov@tourbus.ru

**Пять звезд**

Главный редактор: Элеонора Арефьева  
e.arefyeva@tourbus.ru

**Турбизнес**  
на Северо-Западе

Главный редактор: Ирина Смирнова  
tourbus@westcall.net

© ООО ИД «Турбизнес»

## В НОМЕРЕ

### 4 СОБЫТИЯ

- День «икс» выбран
- Четвертый аэропорт
- WTM Vision: перезагрузка
- Visit Russia расширяет сеть
- В Россию без виз

- Иран становится ближе
- Вместе — сила
- V4 едет в Азербайджан
- «Натали»: программа максимум
- «Алеан» поссорился с «Сочи»

### ТЕМА НОМЕРА

#### 10 ШАГАЕМ НЕ В НОГУ

Рынок морских круизов — с надеждой на рост

#### 16 ЖДЕМ ПОПУТНОГО ВЕТРА

Круизы по рекам России: перспективы на сезон

#### 20 О КРУИЗАХ — ИЗ ПЕРВЫХ РУК

Участники «Фестиваля круизов» — о том, что ждет его посетителей



#### 22 ТУРОПЕРАТОРЫ

Тактика лидера во время перемен

#### 28 ТРАНСПОРТ

Летим в Европу!

#### 30 ТЕХНОЛОГИИ

Все необходимое, ничего лишнего

#### ГОСТИНИЦЫ

- 32 Сети становятся экономнее
- 36 Фокус-открытие
- 37 Отдых на высшем уровне

#### РЕГИОНЫ РОССИИ

- 39 «Роза Хутор»: SKI, SPA и MICE
- 40 Лечение на родных просторах

#### РЫНКИ

- 46 Остров спокойствия и приключений
- 48 Приехать, чтобы вернуться
- 50 Где расцветают улыбки
- 54 Большое путешествие

#### 55 VIP-КЛИЕНТ

Владимир Пресняков:  
«Я привык к спартанской обстановке»



с. 50



## День «икс» выбран

С 1 января 2017 года вступает в силу новый закон о туризме, значительно усиливающий ответственность туроператоров. Госдума приняла законопроект сразу в двух чтениях 19 февраля 2016 года, после чего он был подписан президентом.

Наиболее серьезные изменения в законе касаются организации фонда «Турпомощи». Так, со следующего года туроператоры должны будут вносить средства в два фонда — резервный и фонд персональной ответственности.

Для операторов с количеством туристов не более 10 тысяч в год и общей ценой турпродукта не более 40 млн рублей взнос в резервный фонд устанавливается в размере 50 тысяч рублей в год, для операторов, у которых количество туристов не превышает 100 тысяч, взнос составит 100 тысяч рублей, для

туроператоров с количеством туристов от 100 тысяч до 500 тысяч — 300 тысяч рублей. Если количество туристов превышает 500 тысяч, взнос — 500 тысяч рублей. Резервный фонд используется для финансирования расходов на оказание экстренной помощи туристам.

Фонд персональной ответственности формируется для выплаты денежных средств, причитающихся туристам, в целях возмещения ущерба, возникшего в результате неисполнения туроператором своих обязательств. Размер ежегодного взноса в этот фонд — 1% от общей цены турпродукта за предыдущий год.

В АТОР отмечают, что одно из важнейших новшеств закона — отказ от идеи заставить турагента работать от имени и по поручению туроператора. Согласно документу, туроператор и турагент самостоятельно отвечают перед туристом.

## Visit Russia расширяет сеть

Заместитель руководителя Федерального агентства по туризму Сергей Корнеев и представители ведущих туроператоров Республики Вьетнам подписали договор о начале работы Национального офиса по туризму Visit Russia в Ханое. Офис будет ориентирован на работу во всем макрорегионе Юго-Восточной Азии — кроме Вьетнама в зоне его ответственности будут Сингапур, Таиланд, Индонезия, Малайзия, Филиппины, Республика Корея. «Открытие нового офиса Visit Russia во Вьетнаме создает фундамент для дальнейшего расширения взаимодействия и укрепления двусторонних отношений в области туризма во Вьетнаме и в важном регионе, в последние годы ставшем одним из драйверов роста въездного туризма в Россию», — подчеркнул Сергей Корнеев.

Офис Visit Russia во Вьетнаме стал седьмым по счету национальным туристским представительством России за рубежом. Ранее стало известно об открытии российского турофиса в Тегеране.

## Четвертый аэропорт

В марте в столичном регионе должен открыться новый международный аэропорт Жуковский (Раменское). В первый месяц работы аэропорта предполагается обслужить 50–60 тысяч пассажиров, а всего в 2016 году — 1,9 миллиона пассажиров.

После успешного завершения всех этапов развития пропускная способность авиаузла увеличится до 12 миллионов пассажиров в год. На территории аэропорта будут построены два пассажирских терминала и ряд коммерческих объектов, таких как международный грузовой терминал, центр технического обслуживания воздушных судов, две многоэтажные автостоянки, гости-

ница, два офисных центра и торгово-развлекательный центр. Добраться до Раменского можно будет на шаттлах от станции метро «Котельники» и от станции железной дороги Отдых, с сентября до нее пустят экспресс.

По мнению главного редактора портала Avia.ru Романа Гусарова, «аэропорт может стать хорошей альтернативой для «средних» перевозчиков, особенно сейчас, когда стоимость обслуживания в трех московских аэропортах взлетела из-за девальвации рубля. И когда там сформируется своя маршрутная сеть, он станет еще более привлекательным для любых авиакомпаний, в том числе иностранных».



## WTM Vision: перезагрузка

Пятая ежегодная конференция Digital Travel Day (прежнее название — WTM Vision), организованная ТБ-Events, пройдет 21 апреля 2016 года в столичном отеле «Золотое Кольцо». Партнером мероприятия выступает компания «Хотелбук-Сервис» с проектом Hotelbook.pro.

Спикерами конференции станут ведущие эксперты в области туристических технологий. Они расскажут о способах развития агентских продаж, новых платежных решениях, трендах в мобильном сегменте, познакомят с лучшими решениями динамического пакетирования туров, ответят на вопрос, как b2b онлайн-агентства могут конкурировать с сайтами прямых поставщиков туров.

В рамках мероприятия запланированы панельные дискуссии «Как продавать российские турпродукты в онлайн?» и «Как увеличить эффективность онлайн-каналов продаж в условиях кризиса и сокращения спроса и бюджета?»

Регистрация участников:  
[www.tourbus.ru/dtd.php](http://www.tourbus.ru/dtd.php)



## В Россию без виз

Российские туроператоры, специализирующиеся на приеме иностранных туристов, направили главе МИД РФ Сергею Лаврову письмо с просьбой упростить процесс

оформления российских виз для повышения турпотока. Среди подписавших обращение — компании «Интурист-Thomas Cook», City Sightseeing Moscow, «Академсервис», «Астра-Марин», UTS Group, «Роза ветров», «Флотилия Рэдиссон Ройал», «Свой ТС», «Тари Тур».

По их мнению, введение электронных виз, которые можно получить по прибытии, и безвизового 72-часового транзита для европейцев позволит увеличить число туристов из некоторых стран на 30–40%.

Ростуризм поддержал упрощение визового режима: агентством даже подготовлены предложения по введению однократных электронных виз для иностранных граждан на период до 15 дней. Мария Захарова, официальный представитель МИД РФ, заявила, что действующий порядок получения российских виз является наиболее либеральным.

## ОТДЫХ 2016: курс на успех

Главное осеннее место встречи представителей российского и зарубежного турбизнеса в 2016 году готовит сразу несколько приятных сюрпризов для своих участников и гостей. Первым важным событием станет переезд форума на новую площадку. Теперь ОТДЫХ будет проходить в «Экспоцентре» на Красной Пресне — в самом сердце столицы.

Основную часть экспозиции займут российские операторы, которые предложат интересные турпакеты, актуализированные под современные запросы рынка. Широко будут представлены и регионы России, которые сегодня находятся на пике своей популярности у неисключенного местными культурными, природными и историческими богатствами путешественника. Поддерживая развитие внутреннего туризма, в этом году организаторы предлагают потенциальным участникам из регионов воспользоваться специальными ценовыми предложениями. В общий пакет экспонента помимо



стандартных позиций также войдут и услуги по продвижению.

Национальные офисы по туризму и отдельные туркомпании стран СНГ, Европы, Азии и Ближнего Востока по-прежнему рады нашим туристам и поэтому будут искать новые «антикризисные» формы сотрудничества с российскими туроператорами в рамках выставки.

Время проведения форума останется неизменным, ведь то, что ОТДЫХ про-

ходит в сентябре, уже сделалось доброй традицией. Однако в этом году выставка завершится в субботу — выходной день, что откроет участникам дополнительные возможности для общения с прямыми клиентами.

Свежие новости о выставке можно узнать на сайте [www.tourismexpo.ru](http://www.tourismexpo.ru), который совсем недавно был презентован в новом дизайне.

Форум ОТДЫХ состоится 21–24 сентября в ЦВК «Экспоцентр».

## Иран становится ближе

В конце января первый частный перевозчик Ирана — авиакомпания Mahan Air — открыла регулярные рейсы из Тегерана в Москву. С 29 февраля рейсы выполняются дважды в неделю — по понедельникам и четвергам в аэропорт Внуково. С 15 мая добавится третий — по воскресеньям, в планах авиакомпании — четвертый рейс в этом году. Минимальная стоимость авиабилета — 199 евро.

Минувшим летом Mahan Air осуществил успешную программу чартерных полетов из иранской столицы в Сочи, благодаря чему на популярном российском курорте впервые побывали около 4 тысяч иранских туристов. С марта авиакомпания возобновляет полеты из Тегерана в Сочи.



Помимо Mahan Air столицы России и Ирана связывает «Аэрофлот» и иранский нацперевозчик Iran Air. Авиасообщение между Россией и Ираном в дальнейшем планируется развивать очень активно: страны подписали меморандум об увеличении количества полетов до 28 в неделю.

## Вместе — сила

Управляющие компании сетей турагентств «Горячие туры» и «ТБГ. Туристические бренды» объявили о слиянии, при этом оба бренда остаются на рынке. Принимать стратегические решения в новом объединении будет совет директоров, куда войдет равное число представителей от обеих компаний.



«Каждая из сетей сохранит свое позиционирование, изменения коснутся распределения ответственности, — пояснила Светлана Макарова, генеральный директор сети турагентств «Горячие туры». — Управляющая компания «ТБГ» будет отвечать за вопросы информирования, сетевые коммуникации, отраслевые и экспертные мероприятия, а также за проведение сертификации агентства. Мы будем осуществлять административно-хозяйственную деятельность, контрактинг, организацию практических конференций и сетевых ознакомительных туров, бизнес-поддержку агентств и обучение».

ОТЕЛЬНЫЙ ФОРУМ

**hotelbook** 

**«КОМУ В РОССИЙСКИХ ОТЕЛЯХ  
ЖИТЬ ХОРОШО?»**

**25 марта 2016**

Начало в 10:00

Москва, ЦВК «Экспоцентр», павильон 7

[forum.hotelbook.ru](http://forum.hotelbook.ru)

**8 800 200 66 03**



## V4 едет в Азербайджан

**Т**радиционный туристический workshop стран Вышеградской четверки пройдет в Баку 11 апреля в отеле Holiday Inn Vaku 4\*. Организатор: Национальное туристическое управление Чешской республики (CzechTourism) в РФ. Технический организатор: ИД «Турбизнес».

Венгрия, Польша, Словакия и Чехия совместно привлекают новые потоки туристов, создавая комбинированные культурно-познавательные, лечебно-оздоровительные, горнолыжные, гастрономические туры.

На встречу с профессионалами туризма Азербайджана приедут директор представительства Польской туристической организации в РФ Магдалена Круч, директор представительства Словацкого управления по туризму в РФ Любица Алушицова, советник по туризму посольства Венгрии Шандор Фабиан, директор представительства Национального туристического управления Чешской Республики в РФ Роберт Новотны. К ним присоединятся представители принимающих компаний, гостиниц, оздоровительных учреждений.

## Откройте Центральную Европу

[www.discover-ce.eu](http://www.discover-ce.eu)

## Все ли вы знаете о Берлине?

**В**ернуться в студенческие времена и узнать больше о немецкой столице предлагает проект Campus — онлайн-академия по Берлину. Цель обучения — познакомить профессионалов туризма с тонкостями направления, чтобы им было легче предугадывать пожелания клиентов, предлагая им самое интересное в городе. Академия международная, вся информация на сайте дана на английском языке, с тем чтобы поучиться и проверить свои знания могли турагенты по всему миру.

В онлайн-академии шесть основных разделов: Basics, Going Local, Cultural Metropolis, Families Sports, Metropolis и Did you know that...? «Студенты», успешно прошедшие обучение, могут распечатать диплом «Сертифицированного турагента по Берлину». В конце марта 2016 года среди выпускников будут разыграны три бесплатные путевки в Берлин, включающие перелет, проживание в отеле категории 5\* и Berlin Welcome Card.

[www.campus.visitberlin.com](http://www.campus.visitberlin.com)



www.visitberlin.com

Искусство полета

Все, что вы ожидаете, и даже больше: новейшая система развлечений, изысканные блюда и превосходный сервис.

Excellence in Flight  
KOREAN AIR

РЕКЛАМА

## «Алеан» поссорился с «Сочи»

**Т**уроператор «Алеан» сообщил о расторжении отношений с санаторием «Сочи», принадлежащим Управлению делами Президента РФ. По информации компании, санаторий «отбирал клиентов» у агентств — убеждал туристов отказаться от услуг посредника и бронировать напрямую. По словам коммерческого директора «Алеана» Оксаны Булах, в этом году подобные способы привлечения клиентов стали использоваться все чаще. «Эйфория «безальтернативности», к сожалению, ряду отельеров ударила в голову настолько, что некоторые из них готовы нарушать базовые правила партнерских взаимоотношений, желая заработать здесь и сейчас», — прокомментировала она.

## «Натали Турс»: программа максимум

**С** 1 апреля «Натали Турс» запускает новую программу развития франчайзинговой сети. Главное отличие от действующей схемы работы — возможность для турагентств продавать туры любых операторов.

Компания предлагает ТА два формата сотрудничества — Standart (максимальный объем поддержки продаж в сферах продвижения, привлечения клиентов, сопровождения; вступительный взнос — от 20 до 50 тысяч рублей, ежемесячный роялти — от 20 до 60 тысяч) и Light (облегченные требования в оформлении офисов, более мягкие условия сотрудничества в части вступительного взноса (5 тысяч рублей) и роялти (от 10 тысяч рублей в месяц)).



На сегодняшний день у туроператора более 90 фирменных агентств. «Через три года в России и СНГ будут работать 800 фирменных агентств «Натали», — заявил президент компании Владимир Воробьев.

«Сейчас очень нестабильная ситуация на рынке, агентства уходят. На деле «Натали Турс» удастся увеличить количество агентств максимум в три-четыре раза», — полагает Александр Мкртчян, директор ростовской туркомпании и сети турагентств «Розовый слон».

## Вышли из печати

**Р**едакция Destinations ИД «Турбизнес» подготовила к выставке МИТТ-2016 три тематических выпуска: «Саксония — Дрезден, Лейпциг» (партнер — Организация по развитию туризма при правительстве Саксонии Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH/TMGS), «Штутгарт и окрестности» (партнер — туристическая организация Штутгарта Stuttgart Marketing GmbH) и «Журнал о Кёльне как центре здоровья и туризма» (партнер — туристическая организация Кёльна — Koeln Tourismus GmbH).

Основные темы первых двух изданий: туристические достопримечательности, деловой туризм, шопинг... В саксонском выпуске приводится подробное описание нескольких туров и условия сотрудничества, уделено также заметное внимание обучению в Германии. Из названия ясно, что в журнале, посвященном Кёльну, главная тема — медицинский туризм, но и в других выпусках ему уделено значительное место. Это отражает сложившуюся сейчас на рынке ситуацию, когда на фоне снижения турпотока из России в Германию на 30% количество туристов, следующих с медицинскими целями, почти не изменилось.



## Прибалтика в плюсе

**Т**уроператор TEZ Tour проанонсировал выход на четыре новых направления. Ассортимент компании уже пополнился Латвией, а к началу летнего сезона будет увеличен за счет Эстонии, Литвы и Беларуси. «Туроператорам сейчас экономически выгодно иметь в портфеле ряд направлений, отвечающих главным критериям потребительского спроса — безопасно, бюджетно, разнообразно», — объяснил коммерческий директор TEZ Tour Александр Буртин.

Компания ICS Travel Group также объявила о начале продажи туров в Латвию и Литву. В планах компании — запуск программ по Эстонии, различных комбинированных туров как по всей Прибалтике, так и в комбинации со странами Скандинавии.



*Неожиданными  
будут впечатления,  
а не расходы!*



**zetta®**



**Компенсация медицинских расходов,  
а также надежная защита от:**

- прерывания поездки;
  - утраты или повреждения багажа;
  - гражданской ответственности;
  - несчастного случая;
- и других событий\*.

**СТРАХОВАНИЕ  
ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ**

[www.zettains.ru](http://www.zettains.ru)

\* Перечень рисков, входящих в страховое покрытие, определяется выбранной программой страхования

ООО «Зетта Страхование». Лицензии ЦБ РФ СЛ № 1083, СИ № 1083 от 24.06.2015 г.

Указанные сведения представлены для информационных целей, не являются публичной офертой в соответствии с п. 2 ст. 437 Гражданского кодекса РФ и действительны по состоянию на 26.02.2016 г.

# Шагаем не в ногу

По данным Всемирной ассоциации круизных компаний (CLIA), в 2016 году будет взят очередной объемный рубеж в 24 млн пассажиров. Однако ведущие российские игроки рынка морских круизов о существенном росте на направлении умалчивают, предпочитая говорить о сохранении турпотока на уровне 2015-го.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



**С**татистика CLIA свидетельствует: мировая индустрия морских круизных путешествий продолжает расти даже в условиях нестабильной экономики. «В целом ситуацию на рынке морских круизов России оцениваем положительно: в силу ряда причин (безопасность на борту, выгодные цены в сравнении с отдыхом на берегу, возможность побывать в нескольких странах за одно путешествие и другие) спрос растет», — отмечает Александр Иванов, генеральный директор «Инфлот круизы и путешествия».

«Морские круизы как вид отдыха являются востребованным турпродуктом, — соглашается Наталья Андронова, генеральный директор «Атлантис Лайн» и вице-президент совета присоединившихся членов UNWTO. — Конечно, количество туристов, отправляющихся в морские круизы, не столь велико, но и падение спроса этот сегмент туризма обходит стороной». «Морские круизы в силу своей специфики намного более «прочный» продукт, чем, например, наземный отдых», — поддерживает коллег и Вениамин Сапожников, начальник отдела Breeze Line.

Вместе с тем на фоне постоянного роста мировой отрасли морских круизов Россия смотрится, мягко говоря, неважно.

## ИСКЛЮЧЕНИЕ ИЗ ПРАВИЛА?

Если вести речь о въезде, то самый вовлеченный в круизную индустрию порт страны — Петербург, по официальным данным, в 2015-м принял 425 судозаходов, обслужив 765 тысяч туристов и оставшись практически на уровне 2014 года.

В других гаванях РФ показатели куда скромнее. Морской порт Сочи за сезон посетили 42 круизных лайнера. Сахалин — 16. В иных портах (Архангельск, Мурманск, Владивосток и т. д.) число круизных судозаходов еще меньше. И практически везде (как по числу судозаходов, так и пассажиров) — минус в сравнении с 2014-м.

Да, некоторые достижения все же есть. Так, в 2015-м в петербургский порт «Морской фасад» впервые зашли 13 лайнеров, среди которых оказалась и *Britania* — новый 330-метровый лайнер компании Carnival, который за один раз привез в город 4 тысячи туристов. А рекордсменом среди «поставщиков» гостей по морю оказалось судно *Regal Princess*: за 12 судозаходов оно доставило в Питер больше 40 тысяч туристов.

Что касается количества россиян, отправляющихся в морские круизы по миру, пол-

## ТОП-5 причин,

сдерживающих развитие морского круизного туризма в России



Колебания курса рубля и общая экономическая нестабильность



Высокие цены на авиаперелеты



Рост террористической угрозы в мире



Узкая специализация туроператоров по «материнским» круизным компаниям



Низкий уровень подготовки турагентов

на **30%**, по оценкам экспертов, сократился рынок морских круизов в России в 2015 году

ных достоверных данных об этом нет. Но даже приблизительные оценки говорят о том, что показатель вряд ли превышает 50 тысяч человек в год и сейчас не стремится к увеличению. Ведь за время считающейся удачной навигации 2015 года из Петербурга, остающегося лидером отрасли, отправились в путешествие по морю только 9,1 тысячи россиян.

## МЕШАЕТ НЕ ТОЛЬКО ДОЛЛАР

Эксперты уверены: желание россиян путешествовать «по морям, по волнам» сдерживают, по крайней мере, три основных фактора. В числе которых падение доходов населения, двукратный рост курса валюты и экономическая нестабильность, заставляющая клиентов откладывать средства на «черный день».

Эксперты называют и другие факторы, которые тормозят направление. Елена Карманова, директор по PR и маркетингу компании «ВИА МАРИС», в их числе например, видит «неимоверно высокие цены на авиаперелеты (зачастую они выше цены круиза) и террористические атаки в разных ранее спокойных и благополучных странах». «Да и дактилоскопия для получения шенгенских виз добавила сложностей для жителей регионов», — замечает она.

Президент круизной компании «Нептун» Валентин Елисеев констатирует: существенное влияние на рынок круизов оказывает большое количество «невъездных» и резкие повседневные колебания курса рубля (до 10%), заставляющие операторов перестраховываться, увеличивая конечную цену. «В результате даже при снижении долларовых цен стоимость в рублях выросла», — говорит он.

Как проблема порой оценивается и узкая специализация операторов по «материнским» круизным компаниям. «Агентства оказались в еще более сложном положении, так как выбор маршрута и лайнера упирается в определенного российского оператора, условия работы с которым могут иметь свою специфику», — полагает Роман Чударев, руководитель проектов «Болеро Тур».

Есть и внеэкономическая причина. При растущем желании продавать (а до половины агентов хотели бы заниматься реализацией круизного турпродукта) многие из них либо боятся, либо не умеют этого делать. «Одним из факторов, тормозящих развитие, является боязнь агентов бронировать круизы, — считает Александр Иванов. — И чаще всего это происходит по незнанию». «Низкий уровень подготовки



**ВАЛЕНТИН ЕЛИСЕЕВ**  
Президент круизной  
компании «Нептун»

Несмотря на то что по сравнению с аналогичным периодом прошлого года в этом мы зафиксировали 20%-ный рост продаж, динамика останется прежней. Если допустить, что будет относительная стабильность, то уровень продаж останется на уровне 2015-го. Плюс-минус 20%, в зависимости от улучшения или ухудшения внешних условий. Ведь огромное влияние на весь турбизнес оказывают события в политике, а также экономическая ситуация в нашей стране — всем туроператорам сейчас приходится работать в стремительно изменяющейся среде.



**РОМАН ЧУДАРЕВ**  
Руководитель проектов  
«Болеро Тур»

Рынок морских круизов переживает сейчас не лучшие времена. Курсы валют пугают самых бесстрашных туристов, из-за политической обстановки под ограничения попадают круизные маршруты, поток клиентов уменьшается. В результате снижается интерес круизных компаний к нашему рынку: это проявляется, например, в виде уменьшения количества маршрутов из российских портов. Круизы из Сочи в этом году не заявлены, а маршруты из Петербурга можно пересчитать по пальцам.

специалистов многих турфирм остается проблемой, — соглашается Роман Чударев. — Они не готовы переключиться с пакетных туров на индивидуальные, в том числе и круизные».

## КОНКУРИРОВАТЬ, СОТРУДНИЧАЯ

Эксперты не скрывают: в условиях «сжавшегося» рынка и прежнего числа круизных операторов конкуренция обострилась. Но оценки ситуации все же разные.

«Обострилась борьба не между компаниями, а за клиента, — считает Вениамин Сапожников. — И здесь все в одной лодке... Политика единая — много работать и постоянно искать новые, порой нестандартные решения». «Мы не конкурируем с другими операторами: у каждого из нас свои продукты, клиентская и агентская базы», — говорит и Евгений Опарин, генеральный директор компании «Магазин круизов и путешествий».

А Елена Карманова считает, что конкуренция не зависит от кризиса: по ее мнению, «перетягивание одеяла на себя» в виде необоснованно высоких комиссий агентам и скидок клиентам, демонстрируемых некоторыми ТО, — не новость. «Про скидки клиентам, которые раздают ТА, даже говорить не хочется: они часто «выцыганивают» повышенную комиссию не для увеличения доходности собственного бизнеса, а для увеличения клиентской скидки», — добавляет она.

Вместе с тем эксперты признают: с образованием АКО (Ассоциация круизных операторов) появилась возможность теснее общаться и находить компромиссные решения. «Мы скорее партнеры, нежели конкуренты: на встречах Ассоциации всегда обсуждаем последние новости, текущую ситуацию и согласовываем действия для консолидированной работы по продвижению круизного продукта среди агентов и клиентов РФ и стран СНГ, — констатирует Александр Иванов. — Здоровая конкуренция — двигатель развития и имеет место быть: она не позволяет нам стоять на месте».

## МАКСИМУМ ГИБКОСТИ

Возможности и предпочтения морских круизных клиентов изменились: осталось приспособиться к новой ситуации и предложить рынку те продукты и услуги, которые даже сейчас будут пользоваться спросом.

«Наши специалисты в CruiseLine отмечают отсроченный старт продаж на топовые даты 2016 года: майские праздники по сравнению с предыдущими годами начали активно продаваться на три месяца позже, — замечает Роман Чударев. — Это касается в первую очередь новых клиентов, которые рассчитывают на специальные акции на фоне кризисных явлений в экономике». «Туристы дольше выбирают и очень внимательно рассчитывают траты на каждом этапе будущего путешествия, — говорит Вениамин Сапожников. — И если

одни, опасаясь скачков курса валюты, стараются оплатить все услуги сейчас, то другие, наоборот, предпочитают платить по частям».

«Можно отметить смещение спроса на каюты более низкой категории для туристов компаний класса «стандарт» и «премиум».

А вот в классе «люкс» спрос по-прежнему стабилен», — констатирует Екатерина

Илюшина, коммерческий директор компании Круизный Дом «МК».

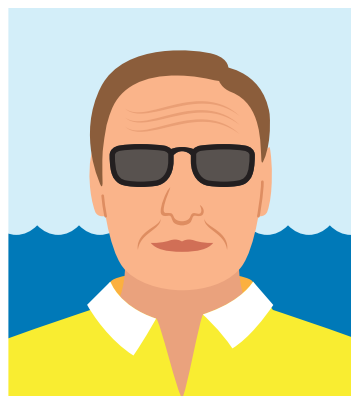
Евгений Опарин, генеральный директор компании «Магазин круизов и путешествий», соглашается с тем, что «динамика продаж немного опережает 2015 год, но значительно «просели» средние продажи. «Средний класс, раньше предпочитавший каюту с балконом, теперь остается удовлетворен внутренними каютами, — говорит он. — А бюджетные туристы ждут еще более заманчивых предложений и скидок до последнего момента».

С ним согласна и Елена Карманова: по ее оценке, резко участились продажи в последний момент — буквально с вылетом на следующей неделе. «Мы наблюдаем оживление спроса, но серьезно «просел»



# ПРИМЕРНЫЙ «ПОРТРЕТ» РОССИЙСКОГО МОРСКОГО КРУИЗНОГО ТУРИСТА

55%



45%

## ВОЗРАСТ ТУРИСТОВ



35-45 лет

пользуются классом «СТАНДАРТ»

44-55 лет

пользуются классом «ПРЕМИУМ»

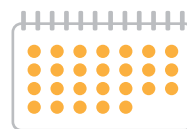
55+ лет

пользуются классом «ЛЮКС»



1,5-2  
тысячи

средний бюджет на человека за полный пакет



7-14  
ночей

средняя длительность круиза



Европа  
Карибы  
Азия

основные направления

## ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ВЫБОР КРУИЗОВ:

### ДЛЯ БЮДЖЕТНОГО И СРЕДНЕГО СЕГМЕНТА

- Стоимость
- Наличие бонусов и спецпредложений
- Система питания и напитков
- Наличие русскоговорящего персонала на борту
- Наличие русской группы и/или экскурсий
- Маршруты с началом в портах, имеющих удобное авиасообщение с городами РФ

### ДЛЯ ДОРОГОГО СЕГМЕНТА

- Оснащение лайнера
- Маршрут
- Система питания и напитков
- Безопасность
- Количество дней в море

Источник: опрос круизных компаний, в числе которых «Инфлот круизы и путешествия», Breeze Line, «Круизный Дом «МК», «Магазин круизов и путешествий», «ВИА МАРИС»

## МИРОВАЯ КРУИЗНАЯ СТАТИСТИКА

69%

пассажиры отмечают выигрешность круиза по сравнению со стоимостью наземного «пляжного» отдыха

62%

пассажиры возвращаются в морские круизные путешествия вновь

89%

пассажиры говорят, что в круизах были очень довольны

84%

пассажиры будут рекомендовать круизные путешествия друзьям



24 млн туристов отправятся в морское путешествие в 2016 году



120 млрд ежегодный оборот круизной индустрии

\$127  
млн



ежедневно тратят пассажиры круизов

ТОП-5

поставщиков круизных услуг

США  
Германия  
Великобритания  
Австралия  
Италия

23 млн

туристов совершили морской круиз в 2015 году

Источник: Cruise Lines International Association



средний ценовой сегмент, — оценивает она. — При этом спрос на дорогие круизы устойчив и даже подрос».

Общее мнение — спрос сильно поляризовался. В результате его «средний» сегмент резко просел, и лучше всего покупают либо очень экономичные туры, либо дорогие. С учетом сложившейся ситуации игроки рынка намерены действовать по-разному. Одни делают ставку на хорошо зарекомендовавшие себя маршруты. Другие — на новые лайнеры. А третьи — на использование современных технологий.

По такому пути идет компания «Инфлот круизы и путешествия»: она выходит на рынок сразу с четырьмя новыми продуктами (включая систему онлайн-бронирования «Круиз Сканер», у которой, по словам Александра Иванова, аналогов на российском рынке пока нет). В этом же направлении движется и Круизный Дом «МК». «Главной нашей новинкой станет революционная технология — «Динамические круизные пакеты», — говорит Екатерина Илюшина. — В режиме реального времени туристы и агентства смогут сформировать пакет с перелетом из любого города РФ с отображением его конечной стоимости».

## НА НОВЕНЬКОГО

Эксперты отмечают: основной спрос меняется мало. В «дешевом» сегменте популярностью по-прежнему пользуются средиземноморские круизы и круизы с посадкой в Петербурге, а в «дорогом» — туры «с изюминкой». В связи с чем растет спрос на маршруты в Азии, а акции по снижению цены его только стимулируют.

«С точки зрения популярности у российских туристов ничего не изменилось, — уверен Валентин Елисеев. — Люди, отправляющиеся в круиз впервые, чаще всего отдадут предпочтение круизам по Средиземному морю и больше любят западную Средиземку. Восточное Средиземноморье выбирают реже. Из года в год летом пользуются большой популярностью у туристов и норвежские фьорды». «Меняются порты заходов, но регионы плавания остаются неизменными по своей популярности, — поддерживает коллегу Наталья Андронова. — Лидеры — Средиземное море, круизы из Петербурга по Северной Европе, ОАЭ. А за ними идут Карибы, Юго-Восточная Азия, экзотика и кругосветные круизы». Вместе с тем, по оценке ряда других экспертов, опытные путешественники предпочитают более экзотичные направления и стараются найти маршруты, которые позволяют им открыть

что-то новое. Например, Камбоджу, Мьянму, Индию или Японию. А порой — и Аляску.

В Средиземноморье у россиян, как правило, больше всего популярны круизы разной продолжительности (от 7 до 14 дней) с отправлением из Барселоны или Рима — до них проще и удобнее добраться. В связи со смещением некоторых акцентов в этом сезоне рост спроса ожидают на таких круизных направлениях, как ОАЭ и Азия. Объясняется это тем, что там все в порядке с безопасностью, а стоимость туров (например, в регионе ОАЭ) может выгодно отличаться от аналогичной в Европе. В частности, к таким программам относится 7-дневный круиз «Персидский залив» на круизном лайнере Splendour of the Seas или многочисленные круизы по ЮВА со стартом в Сингапуре или Шанхае.

Что касается круизов из «родных стен», то тут Петербург безальтернативен. PAC GROUP, например, в 2016-м отмечает десятилетие круизов из Питера на бортах лайнеров MSC Cruises и предлагает целую серию маршрутов по фьордам Норвегии, Балтийскому морю и вокруг Европы. При этом Михаил Фельдман, глава круизного департамента компании, называет ряд их преимуществ. «Посадка на борт происходит в российском порту, что может исключить авиaperелет, — отмечает он. — Добраться до порта тоже просто, так как мы организуем в него групповые бесплатные трансферы из центра Петербурга. И еще: все наши круизы из города на Неве проходят в формате русскоязычных групп». А в качестве хита называется 15-дневный маршрут «Музыка фьордов и города Балтики» на круизном лайнере MSC Musica.

Вместе с тем сходные по формату туры из Петербурга предлагают и другие операторы. Breeze Line готов отправить клиентов на флагмане Princess Cruises, лайнере Regal Princess 5\* lux, спущенном на воду в 2014 году, а «Атлантик Лайн» намерен реализовывать круизы из Северной столицы на лайнере Costa Luminosa, который будет ходить в период с мая по август 2016 года.

Очевидно: в условиях кризиса «обкатывать» новые маршруты сложно и порой нецелесообразно. Поэтому речь скорее идет о вводе в строй новых судов и появлении дополнительных услуг на борту лайнеров.



**ЕКАТЕРИНА ИЛЮШИНА**  
Коммерческий директор  
компании Круизный Дом «МК»

Рынок морских круизов в России, хоть и в меньшей мере, но, как и вся туристическая отрасль, находится под влиянием кризиса: внешние факторы не могут не отражаться и на круизном направлении. Самый главный «тормоз» направления — отсутствие стабильности. Ведь морские круизы всегда отличались глубиной продаж, но во время нестабильной экономической ситуации она значительно сократилась.





Тут лидирует Royal Caribbean, которая весной 2016-го спускает на воду Harmony of the Seas и Ovation of the Seas. Harmony станет третьим лайнером серии Oasis и самым большим в мире. Ожидается, что на нем будут наиболее высокие водные горки на море, Bionic Bar с роботами-барменами, высокоскоростной интернет и много чего еще. Ovation, в свою очередь, займет аналогичную позицию в классе Quantum и будет, пожалуй, самым «умным»

среди круизных лайнеров. Причем оба всего один сезон станут совершать круизы по Средиземному морю.

Между тем конкуренцию им составит и новый лайнер Carnival Vista, который тоже будет совершать круизы по Средиземному морю с русскими группами в сезон 2016 года.

А вот маршрутные новинки все же редкость. Например, у PAC GROUP среди таковых комбинированные маршруты «Ганзейские города» и «Окно в Европу» (оба с выходом из Петербурга), а также новинка принципиального характера — двухнедельные безвизовые круизы из Гаваны по Карибам.

## С НАДЕЖДОЙ НА РОСТ

США и мировые круизные гранды не зря говорят о новых высотах объемов продаж: у них есть на то основания. Хотя не обходится и без тревоги.

Еще в декабре 2015-го Carnival Corporation заявила о реализации 50% круизов на 2016 год.

Примерно в таком же духе оценили перспективы в Royal Caribbean и Norwegian Cruise Line, сделав предположение о том, что в «2017-м дела пойдут еще лучше». Но...

Хотя в целом ситуация со спросом неплохая и он в мире растет, общую картину портит напряженность, вызванная террористической угрозой на Средиземном море. В результате Восточное Средиземноморье становится все менее популярным и целый ряд компаний (свыше 50 судов) изменили программы круизов 2016 года, отказавшись от заходов не только в российские или украинские, но и в турецкие порты. В пользу греческих и итальянских. И акцент в продажах может сместиться в сторону Азии (в том числе ОАЭ, ЮВА и пр.).

В этой связи надежды на рост количества морских круизов из Сочи нет, а в Петербурге он останется примерно на уровне 2015-го (пока в проекте расписания судозаходов «Морского фасада» на 2016 год значится только 216 визитов круизных лайнеров). А значит, и отправившихся в круиз из родных портов россиян больше станет вряд ли. Впрочем, и надежд на рост объемов продаж «российских» туров из зарубежных городов тоже немного, поскольку основные «тормоза» морских круизов в России продолжают действовать.

«По сравнению с 2014-м за 2015 год рынок морских круизов на лайнерах зарубежных компаний в России сократился, по разным оценкам, на 30–40%, — резюмирует Валентин Елисеев, президент «Круизной компании Нептун». — Если не будет каких-то серьезных политических и экономических катаклизмов, рост рынка начнется вместе с ростом экономики и, соответственно, с увеличением доходов населения». **ТЕ**



**ЕЛЕНА КАРМАНОВА**  
Директор по PR и маркетингу  
компании «ВИА МАРИС»

Сегодня рынок морских круизов в России в застое после сильного падения в 2014 году — есть лишь легкие намеки на возможный рост. «Тормозов» в его развитии хоть отбавляй. Поэтому мы не ждем роста массовых продаж. Надеемся, что сезон будет немного лучше, чем в 2015 году. Но не по численности обслуженных туристов, а по средней доходности, поскольку явно наблюдаем рост среднего чека за счет прироста «люксового» сегмента.



© ИКСОФЛОТ

# Ждем попутного ветра

Главными «тормозами» в развитии речных круизов в России являются экономика туров, низкий уровень воды, хилая береговая инфраструктура и продолжающееся старение флота. Однако это не мешает их организаторам верить в то, что в 2016-м объемы вырастут на 20–30%.

**ТЕКСТ**  
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

**В** прошлом году навигация продлилась в России 187 дней и была почти на неделю короче, чем в 2014-м. При этом из примерно 120 имеющихся в стране речных круизных лайнеров «на работу» вышли только 96 судов разного типа и класса. Около десятка после зимовки так и остались в затонах, пять завершили навигацию спустя месяц после выхода на линию, а еще столько же перестали выходить в рейс задолго до конца сезона.

## СЕЛИ НА МЕЛЬ

Есть ли в России интерес к такому виду отдыха? Безусловно. В целом по стране в сезоне 2015 года предлагалось до 3 тысяч речных круизов, а численность обслуженных в их рамках туристов составляет не менее 200 тысяч человек.

При этом поток туристов из-за рубежа, желающих отправиться в речные круизы по Рос-

сии, в последнее время «обмелел». Число гостей из Америки и части стран Европы значительно снизилось, а их места на самых комфортабельных теплоходах должны были занять россияне, ранее отдыхавшие за рубежом. И поначалу дело пошло: спрос вырос на 15–20% практически по всем круизам. Однако скоро в бочку позитивных ожиданий вылилось «ведро» негатива.

Основным его компонентом стало маловодье: речные лайнеры, выполнявшие длинные круизы, не имели возможности их осуществлять. «Большим испытанием для круизных компаний стало обмеление Волги в районе Городца, — говорит Светлана Гончарова, заместитель генерального директора по туризму ОАО «Мостурфлот». — Оно «закрыло» три популярных направления из Москвы и Петербурга с июля по октябрь в сторону Астрахани, Ростова-на-Дону и Перми. Увы, но 2016 год будет уже третьим с тех пор, как существует эта проблема».

Пытались ли ее решать? Конечно. Меняли четырехпалубные теплоходы на трех- и даже двухпалубные. Укорачивали программы. И даже использовали два теплохода, перевозя пассажи-ров через проблемный маловодный участок на автобусах... Но разве это выход?

Однако не только маловодье «тормозило» речные круизы 2015 года: береговая инфра-структура по-прежнему далека от совершен-ства и характеризуется устаревшей причальной и сервисной базой, в то время как ставки за обслуживание судов постоянно растут.

Яркий пример: в Петербурге в том месте, которое по старинке именуют Речным вокзалом, имеется только причальная стенка — другой инфраструктуры для обслуживания пассажиров нет. Никакой. Председатель правления СЗРО РСТ Леонид Флит по этому поводу говорит: «За отсутствие в Питере современного Речного вокзала городу должно быть стыдно».

А поскольку в результате спора хозяйствующих субъектов «ВодоходЪ» свои суда с Речного вокзала Петербурга увел в более-менее обустро-енную Уткину заводь, питерский «вокзальный» пассажирооборот за 2015 год сократился в сравнении с 2014-м почти вдвое (до 58,84 тысячи человек). А въездных туристов стало меньше практически в три раза (16,4 тысячи).

К тому же не все уверены, что остановка в ходе сезона ряда больших теплоходов была вызвана маловодьем. «Эксплуатация крупных энергоемких теплоходов оказалась попрос-ту невыгодной», — считает Михаил Корны-шев, исполнительный директор туроператора «НИКА».

## СТРОИТЬ ИЛИ РЕКОНСТРУИРОВАТЬ?

Ждут ли рынок речных круизов в России пере-мены? В 2016 году Минпромторг предполагает заложить несколько круизных судов проекта

PV300VD вместимостью 306 туристов. Новые лайнеры предполагается эксплуатировать на линиях Петербург — Москва и Ростов-на-Дону — Москва, а также с выходом в море до портов Крыма. Постройка судов займет до трех лет, а срок окупаемости — не менее 20-ти. В период до 2021 года в стране планируется построить 15 круизных судов. При стоимо-сти одного лайнера в 2,3 млрд рублей суммар-ные затраты составят 34,5 млрд. Из которых 26,45 млрд предполагается получить от судовладельцев.

Участники рынка не уверены, что появление новых судов кардинально изменит ситуацию. «Проблема не в том, что у нас старый флот — она в том, что он находится у нас в запущенном состоянии», — говорят эксперты. И приводят примеры, когда из старого лайнера методом реконструкции получают теплоход с усло-виями, которые не уступают имеющимся на европейских речных судах. «Спрос на такие теплоходы огромный, — констатирует Свет-лана Гончарова. — По лайнеру «Княжна Вик-тория» он превысил 150%, а по «Александрю Грину» — 900%. Да и на теплоходе «Михаил Булгаков» в первую очередь выкупают каюты от 14 до 26 кв. м с балконом. И это при том, что цена на них выше стандартной на 60–100%».

Операторы спрос чувствуют: по словам Андрея Михайловского, коммерческого дирек-тора компании «Инфофлот», в навигацию-2016 эта компания выведет на линию фирменный теплоход «Дмитрий Фурманов» с особым сер-висом на борту.

Даже намеревающиеся участвовать в про-грамме компании признают: сейчас нехватки судов фактически нет. «В связи с нестабиль-ной ситуацией на въездном рынке на внутрен-ний переведены комфортабельные теплоходы «иностранной» линии», — отмечает Андрей Смолин, коммерческий директор компании «ВодоходЪ».



**АНДРЕЙ МИХАЙЛОВСКИЙ**  
Коммерческий директор  
компании «Инфофлот»

Главным «тормозом» в разви-тии направления считаю отсут-ствие популяризации на госу-дарственном уровне. Ведь круизы по рекам России мог-ли бы при хорошем продвиже-нии стать основным общерос-сийским видом отдыха. Хотя бы потому, что во многих реги-онах страны имеются реки и порты, а рейсы соверша-ются на модернизированных теплоходах достойного уров-ня. К сожалению, никто не пре-подносит речные круизы как гордость России. А зря...



**МИХАИЛ КОРНЫШЕВ**  
Исполнительный директор  
туроператора «НИКА»

Какого-либо серьезного роста внутреннего круизного турпо-тока, обусловленного сразу несколькими факторами (в том числе курсом валюты, запре-том на выезд ряда категорий россиян, «закрытием» Егип-та и Турции), не наблюдается. Это вызвано тем, что число предложений речных круиз-ных программ по ряду при-чин не только не увеличилось, а сократилось. В результа-те, несмотря на возможность путешествовать на более ком-фортабельных судах, ранее занятых зарубежными тури-стами, количество россии-ян, желающих отправиться в речной круиз, практически не возросло.



# ПРИМЕРНЫЙ «ПОРТРЕТ» РОССИЙСКОГО РЕЧНОГО КРУИЗНОГО ТУРИСТА



**2-6 ночей**  
средняя длительность круиза



**3,5-5 тысяч**  
средний бюджет на человека в сутки



Основные направления:  
**круизы Москва — Петербург**  
**круизы выходного дня**

## ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ВЫБОР КРУИЗОВ:

- Стоимость
- Состав пакета (наличие «полного пансиона» в питании, бесплатных экскурсий и т. д.)
- Уровень комфорта и сервиса на борту
- Возможность выбрать определенный маршрут
- Наличие/ удобство трансферов
- Наличие акций и скидок (для определенных категорий клиентов, сезонных и пр.)
- Выбор развлекательных и экскурсионных программ
- Уровень безопасности
- Оператор

Источник: опрос компаний «Инфофлот», «ВодоходЪ», «Мостурфлот», «НИКА»

В этой связи мнения относительно строительства новых теплоходов разные. Причем есть и достаточно резкие. Некоторые эксперты говорят о том, что «один теплоход, скорее всего, построят не для того, чтобы на нем зарабатывать, а чтобы построить — и заработать на этом». «При стоимости, которая называется, он не окупится никогда, поскольку должен эксплуатироваться 300 дней в году, — такова позиция пессимистов. — Планы эксплуатировать его после завершения навигации на российских реках в Черном или каком-то другом море, а также на Дунае — полная ерунда».

## ПЕРСПЕКТИВЫ СЕЗОНА

Несмотря на ряд проблем, участники рынка смотрят в будущее позитивно и верят как в рост объемов, так и в возможность расширения спектра предложений речных круизов.

«Спрос превысил аналогичные показатели предшествующего года, — заверяет Андрей Смолин. — Количество туристов, для которых сегодня забронированы места в круизы навигации-2016, на 30% больше». «Февраль показал рост интереса к работе с круизами среди агентств, — соглашается и Андрей Михайловский. — Динамика продаж 2016-го демонстрирует растущий спрос на этот вид путешествий внутри страны — каждый год отмечаем плюс 20–25%».

Что касается маршрутов, то у основных игроков рынка ситуация разная. В «Водоходе» констатируют, что для «иностранных клиентов маршрут Москва — Петербург практически безальтернативный вариант». Среди соотечественников популярностью также пользуются «ближние» круизы выходного дня. Вместе с тем Андрей Смолин отмечает, что среди «профессиональных» речных путешественников спросом пользуются многодневные



**АНДРЕЙ СМОЛИН**

Коммерческий директор ООО «ВодоходЪ»

В этом году мы отметили заметный рост числа новых туристов, ранее не интересовавшихся речными круизами: вектор обращений российских граждан склоняется к отдыху внутри страны. Те туристы, которые отдыхали только за границей, сегодня тоже интересуются речными круизами, мечтая открыть для себя родные красоты. Для многих путешественников на теплоходах по Волге, каналам, великим русским озерам и древним городам России глубина и сила впечатлений оказываются настолько велики, что они еще долго остаются в состоянии эмоционального, эстетического и культурно-информационного шока.

и необычные круизы. «Например круизы «маевки»: путевки на эти рейсы выкупаются задолго до их начала», — уверяет он.

В свою очередь Андрей Михайловский отмечает: если постоянные клиенты бронируют рейсы на полюбившихся им теплоходах по интересующему их маршруту (обычно от 7 дней) сразу, как только открываются продажи на следующий год, то новички чаще начинают с круизов на выходные или продолжительностью 3–4 дня (из Москвы до Углича, Твери или Мышкина, а из Петербурга — до Валаама). «Есть у нас и рейсы, входящие в «Золотую коллекцию круизов» и пользующиеся особой популярностью, — говорит он. — Среди них «экспедиционный» рейс до Вятки и «Северное ожерелье».

«Мостурфлот» расширил линейку этнокруизов: в навигацию 2016 года состоится 23 таких круиза на пяти теплоходах. Также компания предлагает ряд тематических круизов. «Есть и другие новинки, — говорит Светлана Гончарова. — Например, в этом сезоне нами разработан новый маршрут для четырехпалубного теплохода Москва — Медвежьегорск (Соловецкие острова) — Москва». И еще: в 2016-м компания реализует проект «Россия с борта теплохода»: на ее сайте в режиме онлайн будет транслироваться видео с камер всех лайнеров.

А вот «НИКА» пошла другим путем. Компания восстановила речные круизы в трех водных бассейнах. Во-первых, это круизы по Оби и Иртышу на двухпалубном теплоходе «Ремикс», прошедшем капитальную реконструкцию (из 258 мест осталось 60). Во-вторых — круизы по Енисею на теплоходе «Куприян», на котором всего восемь кают. Третья новинка — круиз по Амуру из Хабаровска. «Мы не ставим перед собой задачу сделать эти турпродукты массовыми, — говорит Михаил Корнышев. — У нас другая цель — вывести на рынок речных круизов предложения, которые по качеству комфорта и сервиса ничем не будут уступать европейским».



#### СВЕТЛАНА ГОНЧАРОВА

Заместитель генерального директора по туризму ОАО «Мостурфлот»

Интерес к речным круизам наблюдается не только со стороны прямого потребителя. В нашу сторону стали поворачиваться крупные сетевые агентства и операторы, ранее занимавшиеся только выездом.

В этом году все крупные речные круизные операторы отмечают повышение спроса на внутреннем рынке на 15–30%. Как и прежде, глубина продаж выше у продолжительных по времени круизов (7–18 дней): длительное путешествие люди планируют заранее и охотнее скидка раннего бронирования (10% в начале продаж). И явно видна тенденция роста интереса со стороны речных туристов к отдыху уровня 5\*.



#### ТАТЬЯНА ПОГОДАЕВА

Директор круизного направления ГК «Ислэнд» (Иркутск)

Спрос на наши круизы растет — это связано с экономической и политической ситуацией в стране и мире. Если сравнивать с уровнем 2014 года, с которого начался рост интереса к внутреннему туризму, то в 2015-м покупательский спрос по нашему турпродукту вырос на 40%, а в 2016-м — на 70%. В результате уже сейчас по круизам класса «стандарт» мы наблюдаем загрузку, близкую к максимальной, а в целом (с учетом класса «премиум») она составляет около 65%. Это очень хорошие показатели с учетом того, что сейчас только начало марта. Поэтому и уверенность в том, что сезон пройдет удачно, есть.

Что касается нашего туриста, то в основном это россияне, жители крупных городов, с доходом выше среднего. Иностранцев пока мало — не более 10%. Как правило, европейцы — туристов из Азии меньше, хотя мы и прилагаем усилия к их привлечению. Обычно гости из-за рубежа предпочитают прогулки по Байкалу, а вот к предлагаемыми нами круизам продолжительностью 5–7 суток, которые являются хитами среди россиян, относятся с осторожностью. Цены на круизы в низкий сезон у нас остались на уровне 2015-го, а на высокий сезон увеличились примерно на 15%, и смещения спроса в сторону более комфортного размещения мы не заметили.

Что ждет рынок речных круизов в нынешнюю навигацию? По общему мнению, значительное падение числа иностранных туристов в течение прошлого года в лучшем случае удастся компенсировать не более чем на 10–15%. Если вообще удастся. А вот внутренний рынок, несмотря на рост цен на речные круизы в пределах 10%, может вырасти на 15–30%. «В этом году ситуация в целом останется примерно такой же, как в 2015-м, — полагают эксперты. — А вот в сезоне 2017 года спрос (в том числе и со стороны иностранцев) станет расти». **ТЕ**

Круизная компания  
**ИНФОФЛОТ**



## ВСЕ КРУИЗЫ МИРА С "ИНФОФЛОТОМ"

- Самая большая база круизов!
- Онлайн бронирование
- Партнерская программа Riverlines
- Сеть представительств по России
- Честная комиссия

☎ 8 800 100 75 10

www.infoflot.com



## О круизах — из первых рук

Меньше месяца остается до первого в России «Фестиваля круизов», организуемого ИД «Турбизнес» при поддержке Ростуризма. На единой площадке соберутся ведущие круизные туроператоры и широкий круг заинтересованных лиц — сетевые и независимые агентства, FIT-компании, корпоративные клиенты. О том, какие продукты и новинки будут презентованы в рамках мероприятия, рассказывают его участники.



**АЛЕКСАНДР ИВАНОВ**  
Генеральный директор,  
«Инфлот круизы и путешествия»

В конце февраля наша компания запустила новую систему поиска и онлайн-бронирования круизов, предназначенную как для туристических агентств, так и для прямых клиентов. «Круиз Сканер» позволяет не только сэкономить время при бронировании и оплате круиза, но и облегчить дальнейшее взаимодействие с клиентом и круизным оператором, упорядочить документооборот и воспользоваться дополнительными функциями. Версия для прямых клиентов может быть легко размещена на сайте турагентства.



**РОМАН ЧУДАРЕВ**  
Руководитель проектов,  
CruiseLine («Болеро Тур»)

Мы расскажем о речных круизах по Европе и морских круизах по всему миру. Мы занимаемся круизами с 2000 года и сегодня предлагаем эксклюзивные условия не только на речные круизы от компаний TransOcean, A-ROSA, Nicko Tours, CroisiEurope, Ama Waterways, но и на морские — от NCL, Royal Caribbean, Azamara, Celebrity Cruises и других компаний сегментов «стандарт» и «премиум». В этом году мы гарантируем русские группы — всего от 6 пассажиров — на речных круизах от TransOcean. А для наших агентов мы подготовили два рекламных круиза.



**СЕРГЕЙ КОТЕНЕВ**  
Генеральный директор,  
ST.PETER LINE

Наша компания — крупнейший паромный оператор в России. На круглогодичной основе обслуживаем две паромные линии. По круизному маршруту Санкт-Петербург — Хельсинки курсирует паром Princess Maria, на маршруте Санкт-Петербург — Хельсинки — Стокгольм — Таллин работает паром Princess Anastasia. В 2016 году мы представили на рынке новый комплексный туристический продукт Ice Cruises, который включает в себя возможность проживания туриста в Санкт-Петербурге на пароме Princess Anastasia.



**ЕЛЕНА КАРМАНОВА**  
Директор по PR и маркетингу,  
«BIA MARIUS»

Мы предлагаем агентам сотрудничество в области реализации морских и речных круизов по всему миру, индивидуально или в составе русских групп. Мы накопили богатый опыт работы со взыскательными путешественниками, знаем особенности продаж круизов класса «премиум» и «люкс» и являемся лидером рынка в этом сегменте. Проведение конференций и других MICE-мероприятий на борту круизного лайнера требует колоссальных знаний — мы готовы помочь в организации мероприятия любого уровня с нуля и под ключ.



**АНДРЕЙ СМОЛИН**  
Коммерческий директор, «Водоходъ»

Навигация 2016 года расширяет границы на карте речных круизов «Водохода»! В уже полюбившиеся маршруты добавлены населенные пункты, способные впечатлить и оставить самые лучшие воспоминания об отдыхе. Это Весьегонск — самый северный город Тверской области, Сарапул — жемчужина Удмуртии, Коприно — зеленая стоянка на берегу Рыбинского водохранилища, карельский Медвежьегорск, провинциальный городок Тетюши в Татарстане. Еще одна наша новинка — тематическая экскурсионная программа «Усадьбы России», разработанная в рамках популярного маршрута Москва — Нижний Новгород — Москва.



**АНДРЕЙ МИХАЙЛОВСКИЙ**  
Коммерческий директор, «Инфофлот»

С момента основания компании в 2003 году круизы по рекам России — наша основная специализация. Мы судовладельцы, владеем собственными брендами, отличающимися высокими стандартами сервиса: «Созвездие Инфофлота» (5 теплоходов) и «Солнечный город» (одноименный теплоход). С 2014 года мы выступаем оператором речных круизов по Европе. В навигацию-2016 выходит новый четырехпалубный теплоход «Дмитрий Фурманов» с особым сервисом «Десять звезд». Нами разработаны нестандартные программы по России, также мы предлагаем зарубежные программы с русскоязычным обслуживанием.



**ТАТЬЯНА ПОГОДАЕВА**

Директор круизного направления, «Ислэнд»

Восточно-Сибирское речное пароходство — крупнейшее судоходное предприятие Восточной Сибири, единственный лицензированный перевозчик на озере Байкал. В 2015 году предприятие отметило 130-летний юбилей. В 2011 году мы разработали уникальное предложение — сборные круизы по Байкалу. Во время путешествия туристы могут принять участие в настоящих шаманских обрядах, познакомиться с культурой и бытом бурятского народа, а также посетить самые красивые места на Байкале.



**ЕКАТЕРИНА ИЛЮШИНА**

Коммерческий директор, Круизный Дом «МК»

Являясь многопрофильным туроператором, предлагающим самый широкий ассортимент морских, речных круизов и паромов в режиме онлайн, мы презентуем первую на рынке систему динамического пакетирования круизов. Она позволяет самостоятельно конструировать пакеты на отдых с круизами для агентств и прямых клиентов по самым конкурентным ценам. Уникальный онлайн-поиск компании позволяет бронировать круизы в режиме реального времени и комбинировать их с авиaperелетом из любого города РФ, а также с отелями, трансферами, страховками, визами.



**СВЕТЛАНА ГОНЧАРОВА**

Заместитель генерального директора, «Мостурфлот»

Мы предлагаем круизы класса «люкс» на теплоходах «Княжна Виктория» и «Александр Грин», круизы классов «премиум», «комфорт+» и «стандарт»; маршруты разнообразны, продолжительностью от 3 до 22 дней. На фестивале мы представим нашу систему онлайн-бронирования. 2016-й для нас — год этнокруизов. Разработаны новые тематические круизы: «Серебряный век. Отражение»; «Звездное небо круизов» (проект с Ярославским планетарием) и «Музей Детства» (проект с Центральным детским магазином).



**ОЛЬГА ЕЛИСЕЕВА**

Генеральный директор, «Нептун»

Более 20 лет мы представляем на рынке круизов предложения 20 круизных компаний. На фестивале мы раскроем секреты двух компаний из холдинга RCCL: Royal Caribbean International и Celebrity Cruises. Главная новинка 2016 года — спуск на воду двух кораблей, всего один сезон совершающих круизы по Европе: Harmony of the Seas, который станет самым большим круизным лайнером в мире, и Ovation of the Seas, поражающий воображение новейшими технологиями. Также мы представим круизы с русскими группами, традиционно пользующиеся спросом.



**МИХАИЛ КОРНЫШЕВ**

Исполнительный директор, «НИКА»

Мы предлагаем круизы по всем судоходным рекам Европы, а также по экзотическим рекам, включая Амазонку и африканскую Чобе. Самая долгожданная новинка на рынке — наши круизы на комфортабельных теплоходах по рекам Сибири и Дальнего Востока: по Оби и Иртышу — от 5 до 14 дней на т/х «Ремикс»; по Енисею — от 8 до 11 дней на т/х «Куприян»; 12-дневные круизы по Амуру на т/х «Тажный». Уникальные маршруты проходят через тайгу, тундру, зону вечной мерзлоты, Полярный круг. Туристы посетят исторические места и познакомятся с невероятной природой.



**МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН**

Руководитель круизного департамента, PAC GROUP

Традиционно мы представляем на рынке круизы компании MSC Cruises, генеральным партнером которой являемся. В рамках фестиваля презентуем бестселлеры, которые стартуют из Санкт-Петербурга. Самый популярный из них — «Музыка фьордов и горда Балтики». Среди круизных хитов много маршрутов по Средиземному морю. Расскажем о заездах для представителей турбизнеса. В июне и декабре 2017 года начинают навигацию ультрасовременные лайнеры MSC Cruises: MSC Meravilla и MSC Seaside. Продажи уже стартовали.



**АНАСТАСИЯ КАПРОВА**

Исполнительный директор, «ТАПУС-ТУР»

Речные круизы — это возможность посетить уникальные места, любясь проплывающими мимо пейзажами, большими и малыми городами, возникающими словно из сказок. В сочетании с авторскими экскурсиями и программами такие круизы дают возможность познать «сердце» Европы. В период майских праздников мы предлагаем туристам увидеть пейзажи Баварии и Семигорья в круизе по рекам Неккар и Рейн на т/х MS Verdi. В течение дня их ждут экскурсии, выступления артистов, развлечения на борту, кулинарный рай в ресторане. В формате «русский борт» мы проводим конкурсы и квесты.

Партнер мероприятия

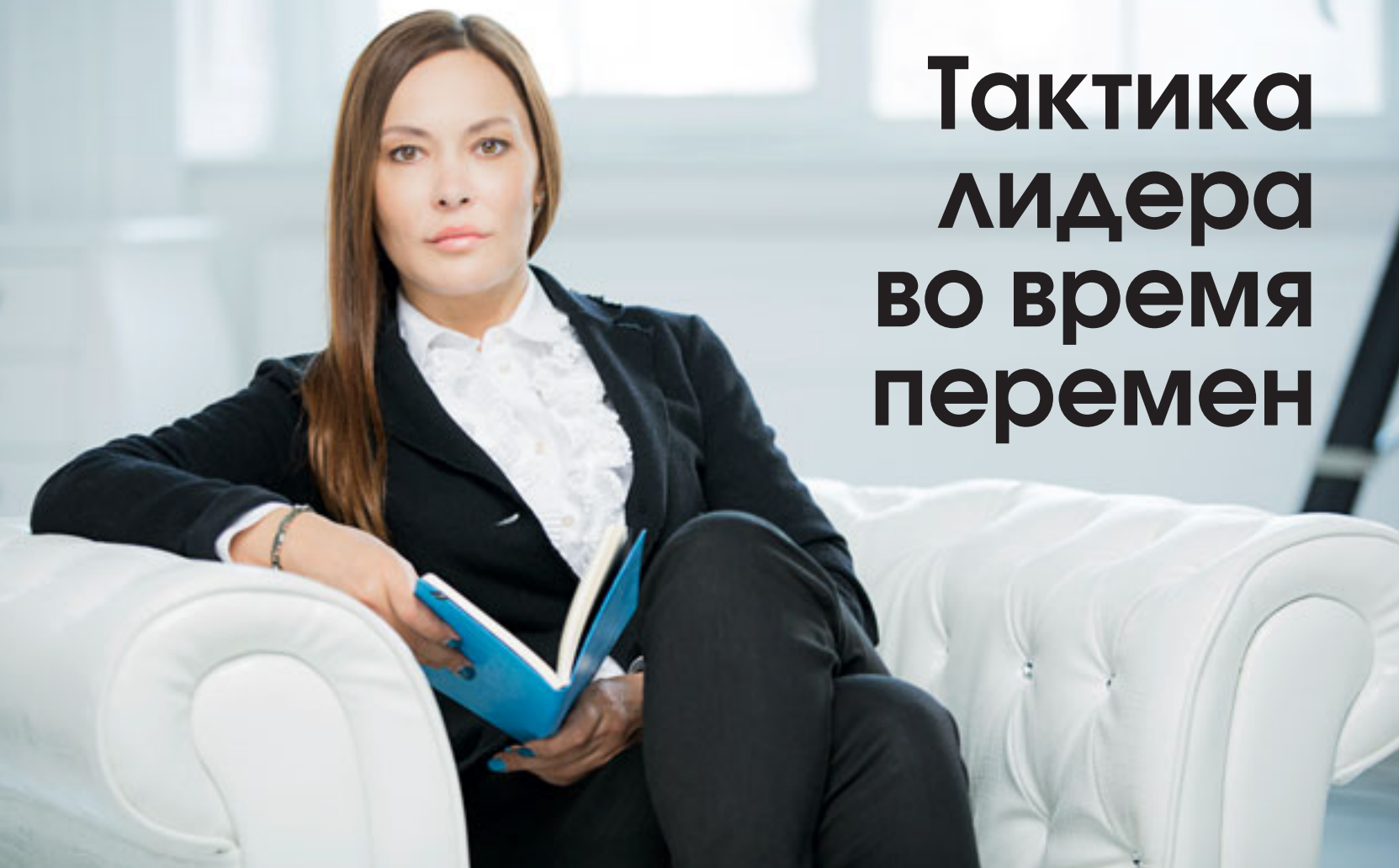


Партнер регистрации



<http://www.tourbus.ru/Cruise-Festival.php>

# Тактика лидера во время перемен



Европейские стандарты ведения бизнеса, продуманная стратегия присутствия на рынке и репутация сильного и уважаемого в профессиональном сообществе игрока — все это о компании «TUI Россия». На чем основывается политика туроператора, каковы его планы и приоритеты, в интервью «ТБ» рассказывает директор по управлению продажами НАТАЛЬЯ СМИРНОВА.

**Международные события второй половины прошлого года энергично путали карты туристическому бизнесу. Какие изменения на рынке были критичными для «TUI Россия»?**

Критичные — это когда нет готовой альтернативы. Мы же всегда тщательно просчитываем все возможные риски, несмотря на то что туристический бизнес — трудно прогнозируемый в принципе. Он подвержен влиянию множества факторов, учесть все невозможно, но вполне реально строить и продукт, и процессы таким образом, чтобы было несложно адаптироваться к изменчивым реалиям рынка. Мы работаем на разных направлениях и являемся сильным игроком в горнолыжном сегменте. По количеству горнолыжных направлений TUI входит в тройку лидеров среди российских туроператоров. Традиционно мы предлагаем клиентам зимние туры в Андорру, Италию, Болгарию, Австрию. Этой зимой мы впервые открыли

горнолыжную Сербию, а также вышли на рынок внутреннего туризма с пакетными турами в Сочи, Красную Поляну. В нашем ассортименте есть разнообразные экскурсионные туры в Италию, Испанию, Чехию. В зимнем сезоне они пользовались хорошим спросом.

Наше положение оставалось достаточно стабильным даже с учетом отсутствия Египта. Кроме того, мы достаточно оперативно сумели предложить клиентам альтернативу курортам Хургада и Шарм-Эль-Шейх, запустив в течение месяца Гоа, а затем Израиль.

**Разделяете ли вы мнение, что Израиль не сумел закрепить за собой флагманскую роль, несмотря на поощрение туроператоров? Почему этого не произошло?**

Израиль существенно дороже, чем Египет, при сопоставимом качестве размещения. Плюс отели Арабской Республики работают преимущественно на системе «все включено», что нетипично



для Эйлата. В итоге отдых в Египте все же более демократичный, при оптимальном соотношении цена/качество. Поэтому полной альтернативой Египту Израиллю не удалось стать в этом сезоне.

#### **А Гоа? Первая любовь к нему у россиян прошла, это нормально. Вторая будет?**

Гоа — своеобразный курорт. Невозможно переориентировать всех туристов с курортов Турции и Египта на Гоа, он в меньшей степени подходит для семейного отдыха. Во-первых, не всем удобен многочасовой перелет. Кроме того, такая авиаперевозка автоматически делает тур на порядок дороже в сравнении с отелями той же категории на массовых направлениях. Опять же, нет столь любимого семьями формата all inclusive, который позволяет, оплатив путевку, больше не беспокоиться о тратах на отдыхе, не волноваться из-за валютных колебаний.

#### **Тем не менее вы на этих двух направлениях — Израиль и Гоа — зарегистрировались, верно? Собираетесь ли вы их поддерживать?**

Что касается Израиля — да, пока мы будем оставаться, возможно, даже в летний период. По Гоа — вернемся с новыми мыслями к следующему сезону.

#### **Теперь турецкая часть истории...**

Нам, наверное, чуть легче было, чем остальным, потому что у «TUI Россия» нет зимней полетной программы в Турцию. Летнюю мы еще не начинали, а раннее бронирование еще не было опубликовано. В итоге обязательств на летний сезон по отношению к туристу не возникло. Ситуацию с Турцией, я бы сказала, мы прошли очень аккуратно.

#### **Вернемся к горнолыжному сегменту. Чего ожидать от «новенькой», Сербии?**

Главный курорт Сербии — Копаоник, и как горнолыжник могу сказать, что он достаточно интересный. Отели примерно на плюс выше, чем декларируются, то есть 4\* в Сербии — это крепкая «четверка плюс» с хорошим сервисом. Высота — около двух тысяч. Аэропорт — Белград, от аэропорта до Копаоника три — три с половиной часа.

Сербия — отличный вариант для семей с разным уровнем катания. Трассы несложные, и их много. Плюс в Копаонике все очень дешево по сравнению с традиционными европейскими горнолыжными курортами. Если ужин обходится в 10–15 евро на двоих — это о многом говорит. Причем все очень вкусно, и сервис замечательный, и огромная любовь к русским. Сербия сопоставима с Андоррой или Болгарией, но при этом может продаваться как более бюджетный вариант, и с этим стоит работать. Уже сейчас видно, что дебютный сезон прошел хорошо. В целом нынешнюю зиму можно признать успешной — мы продали больше Андорры и Болгарии, чем в прошлом году.

#### **А с чем можно сравнить Красную Поляну?**

На мой взгляд, она несколько уступает Андорре по протяженности и количеству трасс, в организации подъемников и в уровне сервиса. Но это очень достойный горнолыжный курорт европейского уровня.

#### **И как идут продажи?**

На ура. Прежде всего, Сочи выигрывает по цене, даже в пиковые новогодние даты. Стоимость отдыха в Красной Поляне ниже, чем на традиционных европейских курортах. Лететь недалеко, а от аэропорта можно добраться всего за 40 минут. Никаких виз, отсутствует языковой барьер и доступны качественные олимпийские трассы. Добавьте к этому расчеты в рублях, что снимает зависимость от курса евро или доллара, это определенный психологический комфорт для клиента. Уже сейчас можно сказать, что зимой 2015/2016 Сочи стал для нас весьма успешным проектом.

#### **У горнолыжного Сочи есть свой клиент? Можете его описать?**

Очень многогранный, я бы сказала, портрет. Чиновники и силовики, молодежь, которая отдыхает в апартаментах и живет не в самой «Розе Хуторе» или в «Горках Городе», а немного поодаль, а также очень много не лыжников, а просто туристов. Многие приезжают кататься из Краснодара, из Ростова-на-Дону на своих машинах.

#### **У этого курорта есть большое будущее?**

Думаю, да, в любом случае, потому что это удобно для жителей России. Даже если курс вдруг когда-нибудь снова станет 30, это отличный вариант с точки зрения тура выходного дня из-за несравнимого с европейскими курортами расстояния от аэропорта. Скажем, ты уезжаешь в четверг и приезжаешь в воскресенье, покатавшись на лыжах. Очень привлекательно для москвичей и петербуржцев.

#### **Какова роль флагманов, к которым можно отнести «TUI Россия», в установлении нового типа отношений с агентским рынком в период катаклизмов?**

У нас достаточно большая собственная розничная сеть — 45 туристических агентств и свой онлайн-канал продаж на сайте www.tui.ru. Вместе они дают около 30% оборота. Еще 25% — франчайзинговые агентства, которые работают под брендом TUI. Также мы успешно сотрудничаем с сетями и независимыми агентствами.

Наша задача как туроператора, безусловно, состоит в увеличении доли продаж через контролируемые каналы дистрибуции. Мы понимаем: для того чтобы продавать наш продукт, нужно его знать, люди должны быть вовлечены, погружены, понимать стандарты качества и особенности продукта. Это некий «комплексный продукт» — то есть помимо самих туров, еще и соответствующее заданному уровню обслуживание клиентов в точке продаж под вывеской TUI.

#### **Вы отменили роялти еще в прошлом году. Что побудило вас к этому?**

Это был февраль-март прошлого года, курс вырос в два раза, а вслед за ним, разумеется, стоимость аренды, продажи при этом не росли. И мы решили сделать шаг навстречу нашей сети франчайзинговых агентств, потому что им действительно было тяжело нести бремя роялти. При этом мы более внимательно стали подходить к оценке агентств для вступления в сеть. Мы не гонимся за количеством агентств в сети, а делаем ставку на надежные агентства, стремящиеся к росту, развитию

и повышению качества предоставляемых услуг и долгосрочному сотрудничеству.

Мы изменили условия входа в сеть: выросла сумма паушального, вступительного взноса, это создает своеобразный фильтр для агентств. Сувенирная продукция, которая раньше франчайзинговым офисам раздавалась бесплатно, но, надо заметить, не в достаточном количестве, теперь предлагается в специальном онлайн-магазине для агентств сети. Это небольшие суммы для агентств, но они помогают нам не терпеть убытки даже при отмене роялти. Причем в целом все перечисленное обходится существенно дешевле, чем роялти, которое приходилось платить.

Комиссия франчайзинговых агентств зависит от объема продаж, но выше стандартной комиссии. Существует и бонусная программа для всех агентств — «TUI-мания». Ее основное предназначение — мотивация менеджеров агентств, получение бонусов, которые можно потратить на оплату тура или инфотура.

#### Как устроено управление продажами в TUI?

Схема примерно следующая: операционный отдел ведет работу с агентствами по бронированиям и заказам. Помимо этого, аккаунт-менеджеры взаимодействуют с независимыми агентствами, сетевыми агентствами, управляющими компаниями сетей, франчайзинговыми агентствами, информируют об изменениях, новинках и прочем, посещают их, проводят семинары и обучение. Во франчайзинге это еще внедрение и контроль соблюдения стандартов.



Планирование происходит сверху вниз и снизу вверх: объем продукта по направлениям, с одной стороны, возможности по его реализации со стороны каналов дистрибуции (собственная розница, франчайзинг, онлайн, сети, независимые агентства и другие партнеры) — с другой. В рамках годовой цели могут происходить корректировки. Планы «TUI Россия» согласовываются и утверждаются акционерами.

#### Станет ли освоение внутреннего рынка постоянной ареной деятельности для «TUI Россия»?

Это будет определяться здравым смыслом и рыночной ситуацией. Скажем, на данный момент мы уже реализуем пляжный отдых в Сочи, для нас впервые. Как пакетные туры, так и только размещение в отелях уже опубликованы, и ассортимент отелей продолжает пополняться. Объемы достаточно большие. На этом направлении будем фокусироваться в этом году.

В работе — Абхазия, Грузия, Санкт-Петербург, Казань, Кавказские Минеральные Воды, Золотое кольцо.

#### Как вы собираетесь привлекать нового для вашей компании клиента, который востребует эти предложения?

Один из инструментов — партнерские программы. Мы стали партнерами внутренней программы лояльности Сбербанка, которая называется «Экономь с другом». Кроме того, мы осуществляем рассылки наших эксклюзивных предложений для корпоративных клиентов. В ближайшее время мы станем партнерами программы лояльности сети «Перекресток» и «Спасибо от Сбербанка». Для подобных компаний и организаций внутренние направления от «TUI Россия» могут стать весьма привлекательными.

#### Что с летним зарубеьем?

Будет яркая, конкурентная Черногория, заметно увеличиваем объем по Кипру. Готовы к возобновлению продаж по Египту, если и когда будет принято соответствующее решение. Контракты сохранились, есть гарантированные отели. Откроемся заново быстро.

#### Пытаетесь ли вы разузнать планы конкурентов на летний сезон, если да, то каких? На какой базе строится стратегия летних продаж?

Мы внимательно анализируем деятельность друг друга, информации хватает, практически вся она доступна. Если говорить о тех, на кого мы особенно пристально смотрим, — это Coral Travel с хорошей сетью, высокими стандартами в сети, достойным продуктом. «Интурист» тоже разворачивается очень успешно. Анализируем и используем лучшие практики каждого. Например, у «Алеана» — в работе на внутреннем рынке.

Относительно аналитической базы. Мы проводим много собственных исследований и опросов, чтобы понимать, кто наш потребитель, что ему нужно, чтобы предложить что-то эксклюзивное или дифференцировать свой продукт на рынке, сделать его более интересным и уникальным. **ТБ**

Беседовал Геннадий Габриэлян

Пятая ежегодная конференция\*

РЕКЛАМА



# Digital Travel Day

Москва,  
21 апреля 2016 г.

Golden Ring Hotel

- Новые возможности онлайн-технологий для продажи авиаперевозок и туров
- Развитие агентских продаж через социальные сети
- Mobile – дополнительный канал привлечения туристов. Международные и российские тренды
- Как могут b2b-онлайн-агентства конкурировать с сайтами прямых поставщиков?
- Динамическое пакетирование туров. Лучшие решения на рынке
- Новые платежные решения и технологии для онлайн-сервисов
- Как продавать российские турпродукты в онлайн?
- Как увеличить эффективность онлайн-каналов продаж в условиях кризиса и сокращения спроса?

Организатор:

**Тб event**  
ТУРБИЗНЕС

Партнер:

**hotelbookpro**

**Участие:**

(495) 723-72-72,  
i.ilina@tourbus.ru Ирина Ильина

**Регистрация посетителей:**

[www.tourbus.ru/dtd.php](http://www.tourbus.ru/dtd.php)

\* *прежнее название конференции – WTM Vision*



## ТУРОПЕРАТОР «ДЕЛЬФИН»

**ДМИТРИЙ ШЕВЧЕНКО,**  
руководитель отдела маркетинга

Туроператор «Дельфин» — лидер по внутреннему туризму. Наш опыт успешной и качественной работы — более 20 лет! Мы любим своих туристов и всегда готовы предложить разнообразный отдых: пляжный и экскурсионный, городские и загородные отели, отдых с детьми, детские лагеря, корпоративный отдых, речные и морские круизы, отдых в горах, лечение и спа, а также праздничные туры и деловые поездки.

ТО «Дельфин» предлагает совершить путешествия не только по всей России, но и по Белоруссии, Карелии, Абхазии, Азербайджану, Армении, Киргизии, Латвии, Литве и Эстонии. «Дельфин» — надежный друг в море туризма! Приглашаем вас посетить наше рабочее место на workshop «Турбизнес»!



## OZON.TRAVEL

**РОМАН ТОРОПОВ,**  
менеджер по развитию

OZON.travel — известный и надежный партнер по бронированию авиабилетов, железнодорожных билетов и гостиниц, оформлению страховых полисов. Согласно рейтингу ТКП (код в рейтинге 36 МОК), OZON.travel занимает лидирующие позиции в индустрии.

Более 14 000 человек ежедневно доверяют нашей компании свои путешествия.

Станьте партнером OZON.travel и получайте вознаграждение прямо сейчас, как это уже делают сотни турагентов!



**ВИА МАРИС®**

## ООО «ВИА МАРИС»

**ОЛЕСЯ КУДИНОВА,**  
руководитель корпоративного отдела

«Виа Марис» — туроператор по морским круизам — представляет на российском рынке известные круизные компании: Holland America Line, Costa Cruises, Oceania Cruises, NCL, Seabourn Cruises, Star Clippers и другие. Также мы предлагаем экскурсионные программы, речные круизы, поисковый скрипт для сайта, помощь в решении непредвиденных вопросов, доступы в системы бронирования круизов, очное и заочное обучение. Приглашаем вас на встречу с экспертом «Виа Марис»! Посетив workshop «Турбизнес», вы получите всю информацию, необходимую для плодотворного сотрудничества с нашей компанией.



## ООО «МУЗЕНИДИС ТРЭВЕЛ — КРАСНОДАР»

**АННА ПЕЛИПЕНКО,**  
старший менеджер

**ВИКТОРИЯ СМИРНОВА,**  
менеджер по работе с агентствами






Туроператор Mouzenidis Travel уже два десятилетия находится в статусе лидера на туристическом рынке Восточной Европы по направлению Греция. Став основой крупного многопрофильного греческого холдинга Mouzenidis Group, объединяющего сегодня почти два десятка компаний, туроператор сохраняет и укрепляет свои позиции по развитию и продвижению направления Греция. Многогранные возможности холдинга позволяют Mouzenidis Travel создавать и предлагать беспрецедентное разнообразие туров и вариантов поездок в Грецию. Запусти свое лето в Греции с «Музенидис Трэвел»!

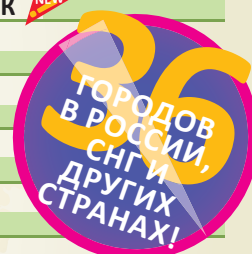
# T6 workshop

## ТУРБИЗНЕС

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» — САМЫЕ КРУПНЫЕ, ПОПУЛЯРНЫЕ И УСПЕШНЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ И СНГ

### КАЛЕНДАРЬ ВЕСЕННЕЙ СЕРИИ — 2016

<b>МАРТ 09–11</b>	ЛИПЕЦК  → ВОРОНЕЖ → БЕЛГОРОД 
<b>МАРТ 14–17</b>	ТОЛЬЯТТИ → ПЕНЗА → САРАТОВ → АСТРАХАНЬ 
<b>МАРТ 16–18</b>	ЕКАТЕРИНБУРГ → ПЕРМЬ → ИЖЕВСК
<b>МАРТ 28–01 АПРЕЛЬ</b>	ВОЛГОГРАД → РОСТОВ-НА-ДОНУ → КРАСНОДАР → СТАВРОПОЛЬ → ПЯТИГОРСК
<b>04–08 АПРЕЛЬ</b>	УФА → САМАРА → НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ → КАЗАНЬ → Н.НОВГОРОД
<b>12–15 АПРЕЛЬ</b>	ЧЕЛЯБИНСК → КУРГАН → ТЮМЕНЬ → СУРГУТ
<b>18–22 АПРЕЛЬ</b>	ОМСК → БАРНАУЛ → НОВОКУЗНЕЦК  → КЕМЕРОВО → ТОМСК 
<b>20 АПРЕЛЬ</b>	МИНСК
<b>26 АПРЕЛЬ</b>	БАКУ
<b>25–27 АПРЕЛЬ</b>	АРХАНГЕЛЬСК → САНКТ-ПЕТЕРБУРГ → ПЕТРОЗАВОДСК
<b>28–29 АПРЕЛЬ</b>	ТБИЛИСИ → ЕРЕВАН



#### РАБОЧЕЕ МЕСТО НА WORKSHOP:

РОССИЯ: 17 тыс. руб.  
(за один город),  
СНГ: 29 тыс. руб.  
(за один город).

#### УЧАСТИЕ В БИЗНЕС-ЗАВТРАКЕ:

11 тыс.руб.  
(1,5 — 2 часа в одном городе)

#### ОРГАНИЗАЦИЯ МАСТЕР-КЛАССОВ:

РОССИЯ: от 5 тыс. руб.  
СНГ: от 6 тыс. руб.

#### ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



#### ИСПАНИЯ — СТРАНА-ПАРТНЕР



#### ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРЕДЛАГАЕМ:

ДОСТАВКУ МАТЕРИАЛОВ  
К РАБОЧЕМУ МЕСТУ  
В РОССИЙСКИЕ ГОРОДА  
от 48 руб./кг.

ПАКЕТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ  
8 тыс. руб. в одном городе РФ  
и 15 тыс. руб. в одном городе СНГ  
вкл. трансферы по программе,  
обеда, проживание  
и поздний выезд.

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ  
В КАТАЛОГАХ WORKSHOP  
от 6 тыс. руб.

ЗАОЧНОЕ  
УЧАСТИЕ В WORKSHOP  
Россия 8,5 тыс. руб.,  
СНГ 12 тыс. руб.

ОРГАНИЗАЦИЯ  
ИНДИВИДУАЛЬНЫХ  
ПРЕЗЕНТАЦИЙ, РОУД-ШОУ,  
КОНФЕРЕНЦИЙ ДЛЯ КОМПАНИЙ  
В ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ  
РАЗЛИЧНОЙ СЛОЖНОСТИ.

#### ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»:

Руководитель отдела:  
Координатор отдела:  
Координатор спец. проектов:  
Менеджер отдела:

Людмила Сивова / workshop@tourbus.ru  
Кристина Сивова / k.sivova@tourbus.ru  
Виктория Кудряшова / v.perova@tourbus.ru  
Елена Архипова / e.arhipova@tourbus.ru

(495) 723-72-72;  
www.tb-workshop.ru, www.tourbus.ru,  
www.idtourbus.ru, wshotels@tourbus.ru



С 1998 г. ПРОВЕДЕНО СВЫШЕ 430 МЕРОПРИЯТИЙ В 50 ГОРОДАХ РОССИИ, СТРАН СНГ И ЕВРОПЫ

# Летим в Европу!

Российский лоукостер «Победа» начал в середине февраля и начале марта перелеты по двум новым направлениям: Кёльн и Мюнхен.



**ТЕКСТ И ФОТО**  
АЛЕКСАНДР ПОПОВ

## ЗАРУБЕЖНАЯ СЕТЬ

Мюнхен (аэропорт Альгой-Мемминген), далее автобусом до Мюнхена (1,5–2 ч) или до Цюриха (2–2,5 ч).

Кёльн (аэропорт Кёльн-Бонн), далее электричкой до Кёльна (11 мин.), Дюссельдорфа (с пересадкой в Кёльне), автобусом до Бонна.

Братислава (аэропорт Братиславы), далее автобус до Вены, в пути около 1 ч 30 мин. Бергамо (аэропорт Бергамо), далее автобус до Милана, в пути около 1 ч 30 мин.

«Победа» — правопреемница авиакомпании с историческим названием «Добролет», прекратившей полеты в августе 2014 года из-за санкций, наложенных на нее Евросоюзом за полеты в Крым. Авиапарк «Добролета» состоял из «Боингов», и зарубежные лизингодатели, страховщики и фирмы, предоставляющие техобслуживание, остановили деятельность российской авиакомпании, аннулировав договоры. Вдохновляющее название выбрал из нескольких предложенных президент России.

Первый самолет «Победы» поднялся в небо 1 декабря 2014 года. Сегодня она входит в десятку ведущих воздушных перевозчиков мира по количеству открытых в 2015 году направлений. Всего их в маршрутной сети «Победы» более 30. Внутрিরоссийская сеть также постоянно развивается.

## САМОЛЕТ + АВТОБУС

Первый рейс в Кёльн вылетел из Внуково 15 февраля. В числе пассажиров на борту находилась группа российских журналистов.

Перелет в Кёльн занимает около трех часов, прибытие — в аэропорт Кёльн-Бонн. Отсюда легко доехать по железной дороге до Кёльна и Дюссельдорфа, а автобусом до Бонна.

Другое новое направление авиакомпании — Мюнхен. Прибытие в аэропорт Альгой-Мемминген (около 100 км от баварской столицы). Отсюда предлагается трансфер по билету Fly&Bus. Кроме Мюнхена, из аэропорта ходит автобус до Цюриха. Аналогичной услугой можно воспользоваться на рейсах «Победы» в Братиславу и в Бергамо.

Аэропорт Альгой-Мемминген почти неизвестен в России. Но здесь хорошо подготовились к приему пассажиров «Победы» и создали русскую версию сайта [www.allgaeu-airport.de](http://www.allgaeu-airport.de).



По пути в Мюнхен и обратно можно остановиться в уютной гостинице Airport Hotel Berger's Park 3\*, о которой много положительных отзывов в интернете. Отель находится всего в километре от аэропорта.

Комментируя запуск нового рейса по маршруту Москва — Кёльн — Москва, генеральный директор компании «Чайка» Александр Турченко обратил внимание на расписание перелетов, которое выставлено на сайте авиакомпании только до конца марта, но Андрей Калмыков, генеральный директор авиакомпании, заверил, что перелеты будут продолжены и позже. В расписании возможны корректировки.

## ЦЕНА ВОПРОСА

Промоцена билета — от 999 руб. с учетом всех сборов. Таких билетов на первый рейс было около двадцати. Реально перелет туда и обратно стоит примерно 8500 руб., то есть около 100 евро, что соответствует ценовой планке лоукостеров. Снизить стоимость перелета удастся в том числе и потому, что бортпроводники сами убирают салон. Это позволяет не пользоваться услугами клининговых компаний в небезопасном аэропорту. На рейсе Кёльн — Москва в конце полета в роли бортпроводника выступил Андрей Калмыков. Вместе со стюардессой он провез по салону тележку для сбора мусора. Сначала подумалось — причуда начальства. Оказалось, нет. Он специально прошел курсы обучения бортпроводников, чтобы изнутри познакомиться с профессией, и получил осенью 2015 года официальное свидетельство.

## ПРЕЗЕНТАЦИЯ В КЁЛЬНЕ

По прибытии в аэропорт Кёльн-Бонн самолет «Победы» по традиции пропустили под «аркой» из мощных водных струй двух пожарных машин.

Презентация нового направления в аэропорту прошла перед отправкой обратного рейса. Директор аэропорта Кёльн-Бонн



Михаэль Гарвенс отметил, что «Победа» — единственный российский авиаперевозчик, выполняющий перелеты на маршруте Москва — Кёльн — Москва, к тому же лоукостер, что соответствует профилю аэропорта, который специализируется на обслуживании низкобюджетных авиакомпаний.

О планах, связанных с открытием этого рейса, на презентации говорили Генеральный консул РФ в Бонне Владимир Седых и глава «Победы» Андрей Калмыков. Владимир Седых отметил большое политическое значение этого события, состоявшегося во время спада экономических отношений между Россией и Германией.

## САМЫЙ МОЛОДОЙ АВИАПАРК В РОССИИ

«Победа» унаследовала весь авиапарк «Добролета». Сегодня у нее самый молодой воздушный флот в России. Его образуют 12 новых, полученных с завода самолетов Boeing-737 880 NG. Около 80% билетов реализуется через сайт авиакомпании. Продажи из Москвы почти полностью идут через интернет, но в регионах эта доля пока незначительна. По словам Андрея Калмыкова, выход на операционную рентабельность намечен на конец 2017 года. **ТЕ**

## ВНУТРЕННИЕ НАПРАВЛЕНИЯ «ПОБЕДЫ»

- Астрахань
- Белгород
- Владикавказ
- Волгоград
- Екатеринбург
- Киров
- Краснодар
- Махачкала
- Назрань
- Нальчик
- Нижневартовск
- Новосибирск
- Пермь
- Ростов-на-Дону
- Самара
- Санкт-Петербург
- Сочи
- Сургут
- Сыктывкар
- Тюмень
- Уфа
- Чебоксары



Airport Hotel Berger's Park 3\* — в гостях как дома

 [www.pobeda.aero](http://www.pobeda.aero)

## ЗВАНИЕ ЛОУКОСТЕРА ОБЯЗЫВАЕТ

На все новые перелеты объявляется промоцена на билеты — от 999 руб. Обычно выделяется около 20 билетов на рейс. Табличка у стойки регистрации гласит, что пассажиры с покупками в пакетах из Duty Free должны доплатить за них 700 руб.

Выбор определенного места на борту в зависимости от того, где оно находится, стоит 149 — 1000 руб.

Бесплатно пассажир имеет право провезти одно место багажа (весом до 10 кг) в багажном отсеке и одно место ручной

клади (дамская сумочка или портфель, размер которых не превышает 115 см по сумме трех измерений). Рюкзак к ручной клади не относится. Чтобы взять его в салон, тоже придется заплатить. Подробности правил перевозки — на сайте авиакомпании.

После окончания посадки пассажиры не имеют права менять места, даже если есть свободные. Бортпроводники стараются блюсти эту установку, по крайней мере, до окончания набора высоты. Спинки кресел не откидываются.

# Все необходимое, ничего лишнего

В октябре прошлого года мы писали о планах холдинга «Випсервис» внедрить в систему «Портбилет» новое функциональное решение для бизнес-трэвел-агентств. Сказано — сделано. «Мы сдержали слово, и функционал появился. Уже несколько недель первые пользователи проверяют наши разработки на жизнеспособность», — рассказывает ИРИНА СОЛОВЬЕВА, управляющий директор субагентского бизнеса холдинга.



**Т**от, кто так же, как и мы, изучил структуру существующего рыночного предложения автоматизированных систем для агентств, обслуживающих корпоративных клиентов, согласится, что все предложения можно разделить на три группы.

Первая группа — собственные решения больших игроков рынка корпоративного обслуживания, которые они не прочь предложить другим. Плюс этих решений — они опробованы и работают. Их минус — они автоматизируют специфические процессы конкретной компании и потребности именно ее клиентов. Отсюда наличие сложного функционала по трэвел-политике и авторизации, которые для маленького игрока избыточны.

Вторая группа — решения, предлагаемые разработчиками. Они автоматизируют процессы работы с клиентом, но страдают неполноценностью контента (например, предлагают не все системы бронирования). Пополнение требует времени и денег.

Третья группа — решения на базе индустриальных систем (например, расширение функционала учетных систем для билет-

ной продажи). Этот функционал доступен только при наличии самой системы, а небольшой компании такая учетная система не по карману, да и не нужна ввиду относительно малого числа билетных транзакций.

## ПОЛЬЗА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ

По сравнению с данными группами у нашего решения есть три основных преимущества. Во-первых, у нас самое полное предложение по перевозке и весь необходимый контент по остальным видам услуг. Во-вторых, мы учитываем специфику небольшой компании: у нас только полезный функционал, ничего лишнего, за что надо было бы заплатить. Наконец, все новое в системе — быстро, для всех и бесплатно.

Расскажу чуть подробнее. Не секрет, что 70% оборота компаний, организующих деловые поездки, по-прежнему приходится именно на перевозку. И также больше не секрет, что доходность этой выписки падает. Как часто анализируются действия наших сотрудников с целью повысить доходность билетной продажи или снизить ее себестоимость? Не думаю, что часто. Если компания небольшая, то, скорее всего, в ней нет билетного технолога, который бы такой анализ провел и проводил бы его на постоянной основе. Система «Портбилет», в которую сейчас добавлен функционал по автоматизации обслуживания клиентов, прежде всего — отличный инструмент для расширения возможностей кассира без дополнительного обучения.

Важно, что «Портбилет» интегрирован со всеми инвентарными системами и системами бронирования, которые есть на рынке. Это позволяет находить интересные по стоимости варианты. Простой пример: выписка S7 из домашней инвентарной системы в «Портбилет» позволяет экономить до 4000 рублей на тарифе одного билета по сравнению с оформлением в других ГДС. Тариф Basic представлен только в ней и на сайте авиакомпании. Также



в домашней системе отсутствует такса, которая взимается во всех остальных системах бронирования.

Если говорить о втором преимуществе, то к богатейшему билетному контенту нашей системы мы добавили автоматизацию ключевых «обязательных» бизнес-процессов для обслуживания корпоративного клиента. Хочу сразу обратить внимание на тот факт, что данное решение не предполагает доступ в систему самого корпоративного клиента. Вам кажется это странным? Данное решение — для малых и средних ТМС. Модель такого агентства в отличие от большого корпоративного «завода с конвейером» строится на близких связях с клиентом и оказании повышенного внимания. Именно за это повышенное внимание и дополнительный контакт с клиентом берется сбор «выше рынка». При небольшом количестве билетных транзакций клиент легче соглашается заплатить чуть больше... Отсюда следует, что любая автоматизация отношений «менеджер — клиент» должна повышать скорость обработки заявки, но не сокращать количество поводов для личного общения и возможности проявить заботу и внимание.

Третье преимущество вытекает из нашей ключевой компетенции — агент и консолидатор. «Утром у перевозчика, вечером — у нас». Наша задача — делать доступными рынку все предложения всех перевозчиков максимально оперативно.

## ШАГ ЗА ШАГОМ К УСПЕШНЫМ ПРОДАЖАМ

Теперь мне хотелось бы подробнее рассказать о новых блоках системы.

Начнем с профиля клиента. У малых и средних агентств клиенты бывают очень разные по размеру и численности. Именно поэтому важным функционалом является автоматическое формирование профиля клиента с возможностью списком загружать ФИО и другие данные сотрудников, необходимые для оформления перевозочных документов. После загрузки необходимая информация парой кликов будет легко подгружаться в остальные бронирования уже самой системой. Также система сохраняет истории поездок. Можно в любой момент поднять данные и уточнить детали любой поездки сотрудника. Зачем это нужно? Чаще всего у таких клиентов нет формализованной трэвел-политики. Отсюда необходимость не только

помнить, что Иванов никогда не летает «бизнесом», а Петров — «экономом», а еще и передать это знание другим, чтобы обеспечить взаимозаменяемость кассиров при обслуживании.

Итак, создан профиль клиента, все потенциальные путешественники клиента — в системе. Получаем первый звонок с заказом или сообщение по электронной почте, формируем заявку в системе. И принципиально не важно, хочет клиент только перевозку или не только. В заявку можно добавить неограниченное количество услуг (проживание, аэроэкспресс, страховки). Можно «доложить» услуги в заявку, даже если они были оформлены отдельно, собрав таким образом разрозненные заказы в один. Очень удобно для дальнейшей работы. Также в заявку после ее создания можно добавить вложения или комментарии.

В заявке формируются предложения для клиента, которые отправляются ему по электронной почте прямо из системы. Клиент получает предложение и принимает его одним кликом. Если предложение не удовлетворяет требованиям, создается новое, а в заявке происходит формирование «истории» работы с помощью списка изменений. Таким образом, легко оценить объем проведенной работы и понять ее результат. В будущем на основании собранной статистики можно составить представление о требовательности клиента, а также об оперативности работы с клиентским возражением.

Кстати, в личном кабинете формируется список заявок со статусами. Статусы «Новая», «В работе» автоматически присваиваются системой, а вот «Выполнена», «Отменена» — вручную агентом, кассиром или менеджером. Это позволяет мгновенно получать информацию о загрузке сотрудника, о количестве «зависших» предложений, о количестве выполненных заказов. Такие «штучки» просты, но крайне полезны руководителю.

Далее файлы с необходимой информацией передаются в учетную систему, там формируются счета и закрывающие документы.

Мы уверены, что все необходимое — в наличии. Тем не менее детальная доводка не может происходить в отрыве от реального использования. Мы готовы «докручивать» и улучшать наши решения, а для этого нам необходима обратная связь от пользователей. Если вам интересен наш подход и есть желание попробовать, мы будем рады видеть вас в числе наших партнеров по тестированию. Напомню, доступ в систему — бесплатный. **ТЕ**

### СПРАВКА «ТБ»

Холдинг «Випсервис» основан в 1993 году. Крупнейший российский консолидатор по продаже авиационных и железнодорожных билетов, а также туристических и сопутствующих услуг «Випсервис» объединяет в сеть более 10 000 субагентов. Холдинг является агентом «номер один» национальных перевозчиков «Аэрофлот» и РЖД. Ежегодно по проездным документам, выписанным при нашем посредничестве, путешествуют около 12 миллионов пассажиров. Представительства холдинга располагаются в 11 городах Российской Федерации: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Иркутске, Краснодаре, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Перми, Ижевске, Тюмени, Челябинске. В холдинге работают 1400 сотрудников.



**Випсервис**

[www.vipservice.ru](http://www.vipservice.ru)

4,7  
тысячи

гостиничных номеров планируют ввести в эксплуатацию в России в 2016 году международные гостиничные операторы

2,4  
тысячи

номеров из них относятся к сегменту «эконом»



# Сети становятся экономнее

Сеть гостиниц экономкласса ibis пришла в Чебоксары в 2015 году

Около трети отелей, запланированных к открытию в текущем году в РФ и странах СНГ, относятся к сегменту «эконом». Можно ли говорить о росте привлекательности этого сегмента для инвесторов и прогнозировать в недалеком будущем появление на российском рынке качественного недорогого предложения для туристов?

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

## ТРЕТЬ — МНОГО ИЛИ МАЛО?

В 2016 году международные гостиничные операторы планируют открыть в России и странах СНГ отели совокупным номерным фондом около 7,4 тысячи номеров, в том числе 64% — 4,7 тысячи номеров — должны появиться в России. Такие данные приводит компания Jones Lang La Salle (JLL). Из них большая часть приходится на Москву и Санкт-Петербург, 1 тысячу номеров планируется сдать в эксплуатацию в других городах-миллионниках, еще 1,1 тысячи — в меньших региональных городах.

Существенная часть готовящихся к открытию отелей относится к сегменту «эконом». «Следуя за конъюнктурой спроса, девелоперы в первую очередь стараются уделять внимание выводу на рынок номерного фонда в более экономичных ценовых сегментах; по нашим оценкам, к этой категории относится почти треть заявленного на 2016 год нового предложения — 2,4 тысячи номеров», — отмечает руководитель департамента гостиничного бизнеса JLL в России и СНГ Татьяна Веллер.

По мнению Елены Лысенковой, генерального директора Hospitality Income Consulting, необычным такое соотношение назвать нельзя. «В последние годы открытие экономотелей под международным управлением занимало около 50% от ежегодно заявляемых», — поясняет она.

«Открытия не так быстро реагируют на экономическую ситуацию, как того хотелось бы рынку. Часть проектов была отложена с 2015 года, вторая часть — проекты, датой открытия которых изначально заявлялся 2016 год. Остальные открытия связаны с сегментом 3–4\*, так как их фокус — это региональные центры и удаленные от Красной площади участки города», — рассказывает Елена Лысенкова и добавляет, что зачастую проекты анонсируют, но не исполняют.

Действительно, в 2015 году рынок брендированных отелей в России, странах СНГ и Грузии увеличился на 6 тысяч номеров, из которых чуть более половины — 3,3 тысячи номеров — пришлось на Россию. При этом изначально анонсировался выход свыше 8,9 тысячи номеров, в том числе 5,2 тысячи номеров в России, свидетельствуют итоги исследования компании JLL.

## ПОЛЕТ ТУРИСТИЧЕСКИМ КЛАССОМ

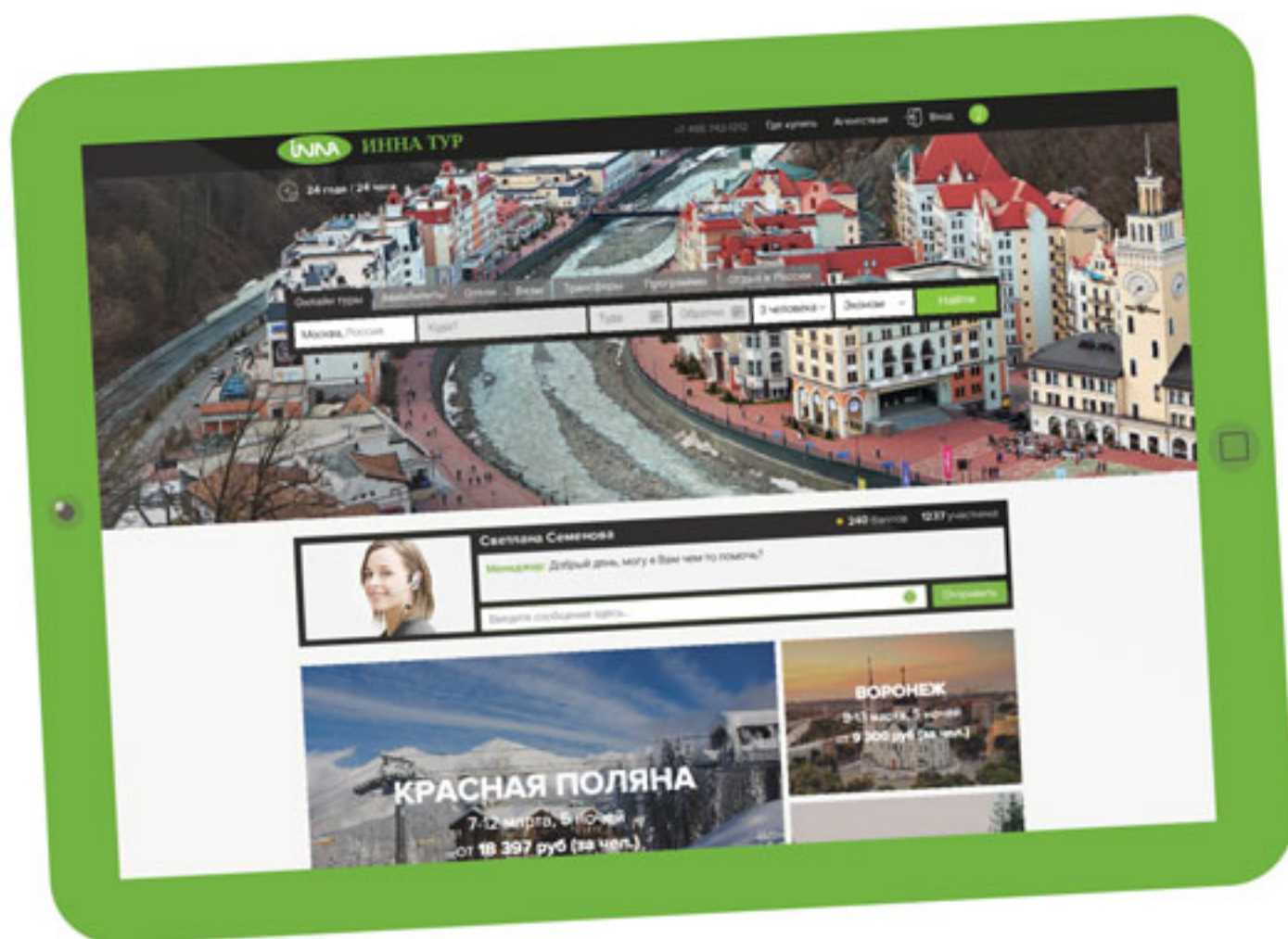
Готовящиеся к вводу гостиницы сегмента «эконом» нельзя в полной мере назвать реакцией на кризис, поскольку запланированы эти открытия были уже несколько лет назад. «Реализация этих проектов стартовала задолго до девальвации рубля 2014 года. Учитывая среднюю длину цикла строительства гостиницы в три-четыре

Впервые на российском  
туристическом рынке

bookinna



## Партнерская программа **WEB-менеджер**



Участвуйте!  
**Наш клиент – Ваш доход!**

Условия участия в программе на сайте [inna.ru](http://inna.ru) в разделе **Агентствам**



### НОВАЯ ЖИЗНЬ «БЕЛГРАДА»

В середине января отель «Белград» на Смоленской площади в Москве закрылся для проведения масштабной реновации. В 2017 году он откроется под именем AZIMUT Moscow Smolenskaya Hotel. В ходе реновации будут полностью обновлены фасады и остекление здания, заменены инженерные коммуникации, появится новый паркинг, будет благоустроена прилегающая территория. Номерной фонд отеля расширится до 474 номеров различных категорий за счет использования не эксплуатируемых в настоящее время этажей. Объем инвестиций AZIMUT Hotels в реновацию — свыше 2,5 млрд рублей.

Преимущество сетевых отелей — в единых стандартах качества

года, эффект от нынешней экономической ситуации мы увидим, скорее всего, не раньше 2018–2019 годов», — говорит Татьяна Веллер.

В то же время уже сейчас можно констатировать рост интереса к таким проектам со стороны инвестора. «Подразделение Accor Hotels в России, Грузии и странах СНГ в прошедшем году открыло девять отелей. Больше половины из них — отели экономкласса ibis. Почти то же самое произойдет и в 2016 году. Из планируемых к открытию восьми отелей шесть будут отелями бренда ibis», — рассказывает Алексис Деларофф, региональный директор Accor в России, Грузии и СНГ. Он связывает интерес к отелям экономкласса как с текущей экономической ситуацией в России, так и с тем, что в регионах не хватает отелей среднего и экономкласса, доступных по цене и предоставляющих услуги международного уровня.

Спрос на такое размещение возрастает. Ранее в крупных российских городах основными клиентами отелей были иностранные бизнесмены, поэтому инвесторы были заинтересованы в «люксовых» проектах, которые быстрее окупаются и являются престижным активом. В целом качественных отелей в стране было немного, а спрос на них рос, в этих обстоятельствах инвесторы предпочитали вкладываться в дорогие объекты.

Девальвация рубля и политические события развернули ситуацию в противоположном направлении: выросло число поездок внутри страны, как деловых, так и экскурсионных. Командированным из регионов недоступны столичные люксовые отели, не говоря уже о туристах, которые из-за падения курса рубля стали больше ездить по стране. Эти категории путешественников зачастую уже бывали за рубежом и знакомы с принятыми у сетевых операторов стандартами качества: они хотят получить их даже при небольшой цене за проживание.

Не следует забывать и о том, что в предстоящие годы в стране будут открываться гостиницы в рамках подготовки к приему Чемпионата мира по футболу в 2018 году, куда помимо организаторов и спортсменов приедут болельщики, у которых, как правило, бюджет на проживание небольшой. Однако, подчеркивает Елена Лысенкова, отели не открываются к чемпионату как таковому, так как мероприятия даже такого масштаба не позволяют окупить вложения в гостиничную инфраструктуру.

### НИША ДЛЯ ИНВЕСТОРА

Существующее качественное предложение в сегменте «эконом» не покрывает спроса на такое размещение. Об этом свидетельствует прежде всего то, что устаревший номерной фонд по-прежнему привлекает клиентов. Только в Москве объем «советского» фонда оценивается в 19 тысяч номеров.

В докладе JLL «Возможности для инвесторов в нижних ценовых сегментах» приводятся такие цифры: по состоянию на конец октября 2015 года заполняемость качественного фонда в средних ценовых сегментах составила 70–75%. Цены в этом сегменте — 4–5 тысяч рублей за номер.

В несовременном фонде ниже как заполняемость, так и цены. Иными словами, турист все-таки предпочитает качественные отели. «Это открытая ниша для потенциальных инвесторов, которые могут войти на рынок путем реновации отелей советского стандарта», — говорит Татьяна Веллер.

Однако не в каждом случае реновация возможна. «Требуется модернизация номеров в соответствии с современными нормами, при этом в «уставших» отелях не всегда удастся сохранить количество номеров. Инвестиции в реновацию сравнимы с новым строительством, и большинство собственников тянут до последнего», — считает Елена Лысенкова.

По ее словам, сетевые операторы готовы рассматривать такие объекты на условиях франчайзинга или управления. Главное их требование к собственникам в соблюдении технических норм, квадратуры номеров подчас сложно выполнимо в условиях фактурных ограничений зданий и финансовых ограничений бюджета. «Поэтому таких проектов в России пока нет, — отмечает эксперт. — В мире же есть сети, полностью построенные на такой концепции, например, NH Hotels». **ТБ**



# hotelbookpro

## ОЦЕНИТЕ ВАШИ ВОЗМОЖНОСТИ В 2016 ГОДУ



ОТЕЛИ ПО ВСЕМУ МИРУ



АВИАБИЛЕТЫ БЕЗ СБОРОВ



ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЕ БИЛЕТЫ ПО РОССИИ



ТРАНСФЕРЫ И АРЕНДА АВТО



ONLINE - СТРАХОВАНИЕ



ОФОРМЛЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ НА ВИЗЫ



БИЛЕТЫ НА СПОРТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ



ВСЕ ВИДЫ УСЛУГ OFFLINE

8 (800) 555-72-28, [MARKETS@HOTELBOOK.RU](mailto:MARKETS@HOTELBOOK.RU)  
[WWW.HOTELBOOK.PRO](http://WWW.HOTELBOOK.PRO)

## БЕЛОРУССИЯ



## РОССИЯ



## MINSK MARRIOTT HOTEL

КАТЕГОРИЯ 5\*

ДАТА ОТКРЫТИЯ Февраль 2016 года



## РАСПОЛОЖЕНИЕ

Минск, проспект Победителей, д. 20



## НОМЕРНОЙ ФОНД

217 номеров



## СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От \$127 за номер за ночь



## К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Несколько ресторанов, летняя терраса, кафе, бар с широким выбором марок рома. Восемь конференц-залов с гибкой планировкой и бальный зал на 400 человек общей площадью 940 кв. м. Спортивно-развлекательный центр Falcon Club с ареной на 2100–4500 зрителей, фитнес-зал, центр по уходу за телом и лицом, академия по игре в теннис и сквош, кинотеатр.

5\*

## СПРАВКА «ТБ»

Это второй объект Marriott International в белорусской столице. Первым стал отель Renaissance Minsk, открытый в 2014 году. Всего в 2016 году в Минске планируется открыть четыре новых отеля общей вместимостью 2 тысячи гостей: Marriott в составе комплекса «Сокол» возле Футбольного манежа, Hilton в Galleria Minsk возле Дворца спорта, гостиница на улице Октябрьской и отель рядом с аквапарком «Лебяжий».

## DOUBLETREE BY HILTON KAZAN CITY CENTER

КАТЕГОРИЯ 4\*

ДАТА ОТКРЫТИЯ 22 декабря 2015 года



## РАСПОЛОЖЕНИЕ

Казань, ул. Чернышевского, д. 21



## НОМЕРНОЙ ФОНД

96 номеров, оснащенных кондиционером, телевизором с плоским экраном и спутниковыми каналами, электрическим чайником и принадлежностями для чая/кофе.



## СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

5300 руб.



## К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Лобби-бар, круглосуточный фитнес-центр, бесплатная парковка. Ресторан «Кедр» с блюдами международной и местной кухни и обширной картой вин. Клиентам, желающим провести на территории отеля мероприятие, предлагается уникальное пространство, способное принять до 60 гостей.

4\*

## СПРАВКА «ТБ»

В России DoubleTree by Hilton Kazan City Center стал третьим отелем бренда DoubleTree by Hilton и уже пятнадцатым гостиничным объектом в портфеле Hilton Worldwide. Отель, проект которого был разработан российским архитектором Александром Дороховым, впитал в себя каноны европейской архитектурной школы и традиционные татарские элементы дизайна и декора. DoubleTree by Hilton Kazan City Center примет гостей чемпионата мира по футболу FIFA в 2018 году. «DoubleTree by Hilton Kazan City Center впитал в себя уникальный характер и традиции Казани, которыми нам не терпится поделиться с гостями», — отметил Михаил Гитман, управляющий отеля.

# Отдых на высшем уровне

Отель «Москва Марриотт Новый Арбат» принял первого гостя 20 февраля 2015 года. Волнение, радость и большие ожидания сопутствовали дню выхода на рынок. Спустя год можно сказать, что надежды оправдываются: отель посетило уже более 60 тысяч человек.

«Москва Марриотт Отель Новый Арбат» — это первый в Москве отель бренда Marriott Hotels, находящийся под прямым управлением сети «Марриотт Интернешнл». Отель расположен на Новом Арбате — самой оживленной улице столицы, всего в пяти минутах ходьбы от Дома Правительства Российской Федерации. Всего за год он успел завоевать популярность среди бизнес-путешественников, ценящих высокое качество обслуживания.

Отель располагает 234 номерами различной категории, которые оснащены мягкими кроватями и постельными принадлежностями, известными по всему миру как изюминка отелей сети. Для тех, кто и в поездках не забывает поддерживать свое тело в тонусе, работает тренажерный зал.

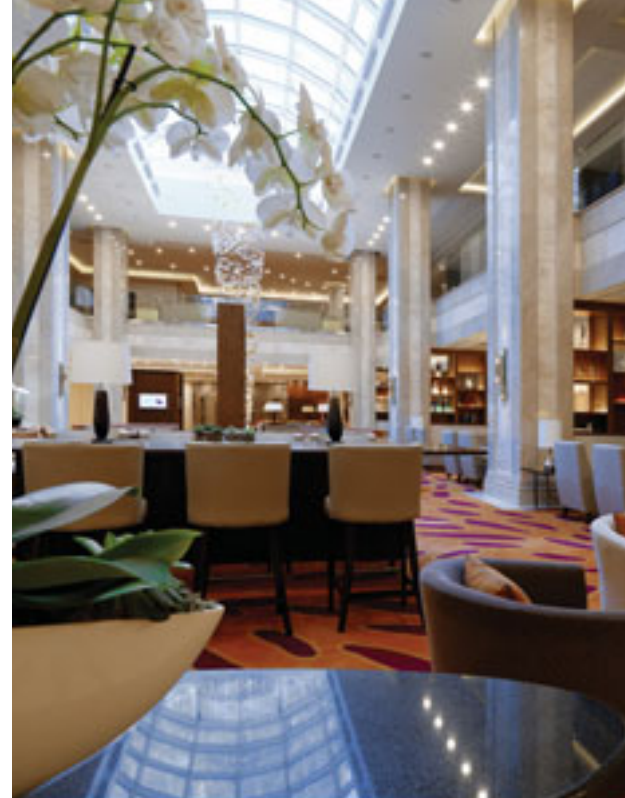
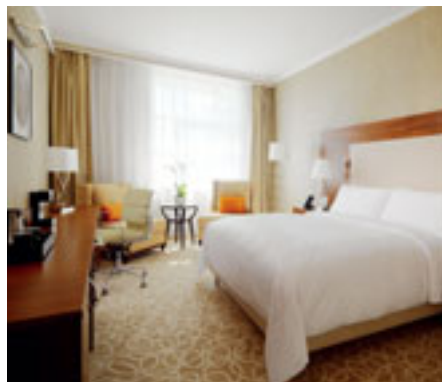
Для удобства гостей в отеле оборудован бизнес-центр. В залах общего пользования доступен бесплатный выход в интернет. А чтобы стать обладателем бесплатного интернета в номерах, достаточно лишь стать участником программы «Марриотт Бонус» (Marriott Rewards) и бронировать проживание на сайте [www.marriott.com](http://www.marriott.com).

Если гостям нужно провести важные переговоры, отель предлагает разместиться в представительской гостиной на 12 персон, обособленной от оживленной жизни отеля.

На территории отеля расположено четыре конференц-зала, самый большой из которых вмещает до 250 человек. Профессионалы отеля помогут создать и провести уникальные события, активно используя в своей работе концепцию проведения мероприятий Meetings Imagined, а также мобильное приложение Red Coat, упрощающее взаимодействие с заказчиком.

На территории отеля работают кафе и ресторан. Бизнес-ланч в лобби-баре «Gostinaya», деловой ужин в ресторане «Нью-Йорк Стейкхаус», десерты из кондитерской отеля — все способствует полноценному отдыху и продуктивной работе.

Современный интерьер, уютная атмосфера, отличный сервис и легкий аромат путешествий, витающий в воздухе, подарят каждому гостю возможность перевести дух в суете мегаполиса. **ТБ**



**ВСТРЕЧИ ДЛ  
БИЗНЕСА.  
ОТДЫХ ДЛ  
СЕБЯ.**

Отель, в котором продумана каждая деталь вашего полноценного отдыха и предусмотрено все необходимое для успешного ведения бизнеса.

234 НОМЕРА  
4 КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛА  
ЧАСТНАЯ ПЕРЕГОВОРНАЯ КОМНАТА  
ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКАЯ ГОСТИНАЯ  
РЕСТОРАН АМЕРИКАНСКОЙ КУХНИ  
ЛОББИ-БАР "GOSTINAYA"  
ФИТНЕС-ЦЕНТР

  
MARRIOTT  
MOSCOW  
NOVY ARBAT

121099, РОССИЯ, МОСКВА,  
УЛ. НОВЫЙ АРБАТ, 32  
+ 7.495.734.7000

[www.moscowmarriottarbat.com](http://www.moscowmarriottarbat.com)

## РОССИЯ

HAMPTON BY HILTON  
EXPOFORUM

КАТЕГОРИЯ 4\*

ДАТА ОТКРЫТИЯ Июнь 2016 года

4\*



## РАСПОЛОЖЕНИЕ

Санкт-Петербург, Петербургское ш., д. 64



## НОМЕРНОЙ ФОНД

210 номеров



## К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Круглосуточное кафе, предлагающее легкие закуски и сэндвичи, лобби-бар, конференц-залы и фитнес-центр.

## СПРАВКА «ТБ»

Hilton Worldwide открывает два отеля в «Экспофоруме» в Петербурге: Hampton by Hilton Expoforum и Hilton Hotel St. Petersburg Expoforum. Их запуск уже неоднократно переносился: ранее предполагалось, что отели начнут работать вместе с открытием всего конгрессно-выставочного центра «Экспофорум» в 2014 году, затем сроки были сдвинуты на август 2015 года.

Годовую задержку в пресс-службе «Экспофорума» объясняют техническими причинами, возникшими при строительстве. «Это первые отели международной сети Hilton в Санкт-Петербурге, и оператор тщательно следит за соблюдением всех стандартов, например, демонстрационные номера отелей переделывались уже не один раз», — сообщил источник газеты РБК.

## «ГОРНАЯ ТЕРРИТОРИЯ»

КАТЕГОРИЯ Первый в России иглу-отель

ДАТА ОТКРЫТИЯ 1 марта 2016 года



## РАСПОЛОЖЕНИЕ

Камчатский край, в 70 километрах от Петропавловска-Камчатского в долине реки Паратунка у подножия Вилочинского вулкана.



## НОМЕРНОЙ ФОНД

Эскимосские хижины внутренним диаметром от 3 до 6 м. Предлагаются двухместные иглу и иглу, вмещающие до восьми постояльцев. Отель оформлен в стиле северных коренных народов Камчатки. В номерах деревянная посуда, тотемы из дерева, снежные фигуры камчатских мифических существ.



## СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

2000 руб./чел. в сутки в 8-местном иглу, 3000 руб./чел. в сутки в двухместном иглу



## К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Столовая с горячим питанием. Одна из «фишек» отеля — купание среди зимнего леса в бассейне с горячей термальной водой под открытым небом.

## СПРАВКА «ТБ»

Руководитель проекта по строительству этноотеля — камчатский альпинист, участник первой российской антарктической метеоритной экспедиции 2015 года Виталий Лазо. «Для уютного отдыха и сна в каждом иглу оборудованы спальные системы, рассчитанные на мороз до -30°. Они расположены на утепленных снежных основаниях и укрыты натуральными шкурами. Температура внутри хижин не опускается ниже 3°», — отметил Лазо. Отель будет работать до середины мая. В следующем году возведут новый комплекс, отличающийся интерьером и размерами.



Популярный олимпийский комплекс «Роза Хутор» становится круглогодичным курортом с богатыми возможностями для спа-отдыха и организации деловых и корпоративных мероприятий.



## «Роза Хутор» — SKI, SPA и MICE

**В** нынешнем зимнем сезоне на курорте открыты для катания 77 км трасс всех уровней сложности (зеленые — 6 км, синие — 35 км, красные — 18 км, черные — 18 км). Функционируют 20 подъемников, из них пять гондольных и девять кресельных, а крупнейшая в Европе система оснежения трасс включает в себя два искусственных озера и 430 снежных пушек. Все это обеспечивает продолжительность сезона катания до 140 дней в году — с середины декабря по конец апреля.

Средний возраст отдыхающих на курорте — от 25 до 37 лет, хотя в последнее время растет и доля активных пенсионеров (после 70 лет они получают ски-пасс бесплатно). Около 70% всех гостей курорта — москвичи, а вот иностранцев среди посетителей здешних склонов пока что лишь около 1%. Хотя благодаря недавнему подписанию соглашения с Visit Russia и началу рекламной кампании за рубежом эта цифра должна увеличиться. Еще один важный показатель — около 30% туристов приезжает на курорт повторно.

Что касается гостиничной инфраструктуры, то шесть отелей от трех до пяти «звезд», расположенных в основной нижней части курорта, управляются, в том числе, международными операторами — Rezidor, Golden Tulip и Accor. Еще четыре гостиницы, пять апарт-отелей и комплекс шале находятся прямо у подъемников, на территории олимпийской деревни на высоте 1170 метров.

Интересно, что прошлой зимой курорт всего посетило свыше 600 тысяч человек, а в минувшем летнем сезоне — даже больше 750 тысяч.

При этом только с 19 декабря 2015 года по 30 января 2016 года на курорте побывало около 275 тысяч гостей, а уровень загрузки отелей в январе составил рекордные 88%.

Приток новых туристов как из столицы, так и из регионов обеспечили «Розе Хутор» в этом зимнем сезоне собственные пакетные туры с перелетом из Москвы, Петербурга, Екатеринбурга, Нижнего Новгорода и Самары, а также жесткие контракты с туроператорами «Роза ветров» и «Пегас Туристик». Еще одна новинка — чартерный поезд «Ласточка», который несколько раз в месяц доставляет туристов из Ростова-на-Дону и Краснодара прямо на курорт.

Сейчас «Роза Хутор» активно рекламирует горнолыжный отдых в самом конце сезона. Так, впервые в этом году предложена программа льготного апрельского ски-пасса и проживания — «Живи от 1150 руб. и катайся от 999 руб.».

Еще одно направление туризма, которое собираются активно развивать на курорте, в том числе и в летний период, — событийный и MICE-туризм. Уже 15 мая здесь официально откроется многофункциональный конгресс-холл с залом-амфитеатром на 1700 мест и дополнительным залом-трансформером, где можно будет проводить и деловые, и праздничные мероприятия.

Все это, наряду с многочисленными фестивалями, огромными возможностями для активного отдыха и собственным пляжем на морском берегу, куда летом будет ходить бесплатный автобус-шаттл, должно привлечь в «Розу Хутор» еще больше гостей и обеспечить ровную загрузку отелей курорта в течение всего сезона. **ТБ**

ТЕКСТ МИХАИЛ ШУГАЕВ

**88%**

составила загрузка отелей «Розы Хутор» в январе 2016 года

**70%**

всех гостей курорта — москвичи, доля иностранных путешественников не превышает 1%

В январе на курорте распахнул свои двери первый спа-отель Rosa Springs 5\* на 205 номеров. Сейчас в нем работает большой спа-комплекс, в состав которого входит плавательный бассейн длиной 20 м, четыре вида бань и фитнес-центр. Весной здесь откроется медицинский центр бальнеологического направления с кабинетами диагностики и лечения. В центре будут располагаться грязелечебница и водолечебница на основе минеральных источников Красной Поляны.



# Лечение на родных просторах

Поездки за здоровьем на российские курорты пользуются устойчивым спросом. Уникальные методики лечения вкупе с лояльной ценовой политикой делают отечественные санатории востребованными и конкурентоспособными. Однако проблемы с инфраструктурой и низкий уровень сервиса остаются серьезным препятствием для развития данной сферы.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

**У** туроператоров, специализирующихся на внутреннем туризме, предложения по санаторно-курортному отдыху занимают весомую долю в общем объеме продаж: у «Алеана» — порядка одной трети, у «Мультитюра» — около 30%, у «Криптона» — примерно 20%.

«Клиентов, отдающих предпочтение оздоровительным турам, с каждым годом становится все больше. Подводя итоги 2015 года, мы отметили тренд на оздоровление. Спрос на услуги санаториев в межсезонье увеличился практически вдвое», — рассказывает Елена Захарова, PR-директор туроператора «Алеан». «Сейчас люди стали больше заботиться о своем здоровье. Могут отказать себе в каких-то развлечениях, но купить путевку с лечением», — подтверждает Дмитрий Шаров, генеральный директор компании «Мультитюр».

Юрий Бурлаков, генеральный директор компании «Криптон», отмечает, что в его компании появились туристы, которые ранее делали выбор в пользу зарубежных оздоровительных курортов. При этом, несмотря на повышенный спрос, удовлетворить его не всегда возможно. «В России мало объектов, еще меньше достойных», — констатирует эксперт.

По оценке Российской ассоциации медицинского туризма (АОММТ), за последние десять-двенадцать лет число российских санаториев сократилось примерно на 30%. Тем не менее сейчас ситуация складывается более чем благоприятно для развития отрасли. По экспертным данным, в 2014 году объем рынка санаторно-курортных услуг увеличился на 1,6%, а в 2015 году показал рост уже в 2,8%.

## БЕЗ ИЛЛЮЗИЙ

Эксперты единодушны в том, что Россия обладает колоссальным потенциалом в плане оздоровительного туризма. Реализовать его мешает в первую очередь изношенность материально-технической базы санаторно-курортных объектов и низкий уровень обслуживания. «В старых советских санаториях инфраструктура или медицинское оборудование давно не обновляются, но при этом лечение — очень хорошее», — говорит Дмитрий Шаров.

«Вновь прибывающие отдыхающие устанавливают определенную планку уровня обслуживания для персонала здравниц,

Наша задача — оправдать ожидания. Не все получится, не стоит строить иллюзий. Но значительный скачок в развитии здравниц обязательно мы будем наблюдать», — уверена Марина Розанова, коммерческий директор ЗАО СКО ФНПР «Профкурорт».

Постепенно в России появляются новые санатории, не уступающие зарубежным конкурентам. Но таких пока очень мало.

Константин Онищенко, президент АОММТ, отмечает и другие проблемы. Во-первых, нехватка узкоспециализированных кадров. По его словам, сокращение количества российских здравниц повлекло за собой и значительное сокращение многих специалистов, что впоследствии вызвало острый кадровый дефицит. Ситуация начала меняться в 2011 году, когда специальность врача по санаторно-курортному лечению была внесена в реестр медицинских должностей.

Среди других «тормозящих» факторов — отсутствие комплексной системы управления санаторно-курортными объектами, в которую входит составление реестра учреждений, стандартизация их деятельности, обновление технического оснащения, повышение квалификации специалистов. «Следует отметить и то, что санатории только лет пять назад начали активно использовать маркетинговые инструменты в своих бизнес-процессах, научились реализовывать путевки, донося все свои преимущества до потребителей услуг», — констатирует Константин Онищенко.

Не менее важна и туристическая инфраструктура региона в целом: ведь клиенты хотят не просто поправить здоровье,



**МАРИНА РОЗАНОВА**  
Коммерческий директор  
ЗАО СКО ФНПР «Профкурорт»

С точки зрения природных лечебных факторов — нашим курортам нет равных в мире. Это и Кавминводы, и Мацеста, и Белокуриха, и Анапа, и Крым. Подготовка медицинского персонала и методики лечения, применяемые в наших здравницах, уникальны и во многом превосходят зарубежные аналоги. Отстаем мы в развитии инфраструктуры курортов, материально-техническом обеспечении здравниц и уровне гостиничного сервиса. Это «понятный» участок работы, которую просто необходимо выполнить. Сейчас, на мой взгляд, — самый подходящий момент для этого. На сегодняшний день глубина продаж отстает от аналогичного периода прошлого года. Высокий спрос остается на летний период отпусков и бархатный сезон. В нашем ассортименте около 200 санаториев, из них 30 профсоюзных. Приятно, что санатории стремятся сотрудничать с «Профкурортом». Это подтверждает правильность выбора компанией своей ниши.

Тяжело пришлось в прошлом году здравницам Средней полосы. Они не ощутили притока отдыхающих. В этом году мы планируем плотно сотрудничать с санаториями экономкласса Костромской, Калужской, Ивановской, Тульской областей и Подмосковья. Основным нашим направлением неизменно остаются профсоюзные здравницы КМВ и Сочи. Также мы готовим эксклюзивное предложение для желающих посетить озеро Байкал, совместив это с санаторно-курортным лечением на курорте Ангара в Иркутске.

РЕКЛАМА

## ТРАДИЦИИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ЛЕЧЕНИЯ С КОМПАНИЕЙ ЗАО СКО ФНПР «ПРОФКУРОРТ»



ПРИГЛАШАЯ К СОТРУДНИЧЕСТВУ, МЫ ПРЕДЛАГАЕМ  
ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПУТЕВОК:

Закключая один договор с нами, Вы получаете:

- более 150 здравниц по всей России
- доступ к on-line бронированию
- гарантированные места в здравницах на выгодных условиях
- информацию о наличии свободных мест в режиме реального времени
- мгновенное подтверждение заказа
- достойное агентское вознаграждение
- скидки и бонусы

**WWW.PROFKURORT.RU**

117342, Г. МОСКВА, УЛ. ОБРУЧЕВА, Д. 36, КОРП.2 | ТЕЛЕФОН: 8 800 100-23-28

E-MAIL: PROFKURORT@PROFKURORT.RU



но и обеспечить себе культурный досуг. «Учитывая, что продолжительность курса лечения начинается от двух недель, этот факт позволяет некоторым курортам неизменно занимать лидирующие позиции, другим оставаться узкоспециализированным продуктом», — говорит Елена Захарова.

## НА ОДНОМ ЯЗЫКЕ С КЛИЕНТОМ

Главное преимущество российских санаториев, перекрывающее их минусы, — ценовая доступность. Отечественные здравницы в этом году увеличили цены, по оценкам операторов, примерно на 10%. Повышение не критичное, а в условиях удорожания себестоимости предоставляемых услуг — вполне оправданное. По оценке Марины Розановой, цены Кавминвод, Краснодарского края и Средней полосы адекватны ситуации и спросу. «Что касается Крыма — затрудняюсь ответить. Мы не проводили конкурентный анализ. Предполагаю, что цены завышены», — считает эксперт.

Что касается предпочтений россиян, то здесь нет серьезных изменений. Наибольшим спросом пользуются туры в регион Кавказских Минеральных Вод, популярны санатории Краснодарского края (в первую очередь Сочи), Крыма, Средней полосы России.

Потребности и предпочтения клиентов, по словам туроператоров, разные. Туристы старшего поколения, как правило, выбирают более экономичные варианты. Туристы до 40–45 лет — более требовательны к качеству услуг. «Целевая аудитория за последние два года не изменилась, к сожалению. Есть тенденция увеличения количества отдыхающих с детьми. Нужно акцентировать на этом внимание и сделать все возможное и «невозможное», чтобы эта тенденция сохранилась. Многие здравницы адаптируются и готовят инфраструктуру к приему родителей с детьми», — подчеркивает Марина Розанова.

Нынешний спрос туроператоры оценивают положительно. «В этом году мы досрочно завершили традиционную акцию «Раннее бронирование» как раз в связи с ростом спроса на наш продукт в целом и на санаторно-курортное лечение в частности», — рассказывает Дмитрий Шаров. Юрий Бурлаков также доволен продажами: «Они начались раньше обычного и пока идут успешно. Глубина бронирований — до девяти месяцев. Средний чек — более 30 тысяч рублей». Эксперт уверен: продажи санаторно-курортных путевок — это хороший способ для агентств заработать в межсезонье, так как опытный турист едет в санатории именно в это время (нет очередей, не надо отвлекаться на посещение пляжа). «Но с таким клиентом важно разговаривать на одном языке», — подчеркивает эксперт. **TE**



Кавказские Минеральные Воды — крупнейший бальнеологический район России. В регионе работает более 130 здравниц. В КМВ проводят лечение заболеваний периферической нервной системы, органов пищеварения, опорно-двигательного аппарата, кожных и гинекологических заболеваний. Санатории Эссентуков, специализирующихся на лечении заболеваний ЖКТ и обмена веществ, входят в число самых эффективных курортов аналогичного типа в мире. Средняя стоимость, чел./сутки: 2000–2300 руб.



В Алтайском крае находится комплекс озер с минеральными и солеными водами, месторождения с лечебными грязями. Санатории Алтая — это климатобальнеогрязевые курорты. Минеральная вода используется для ванн и для питьевого лечения. Здесь лечат болезни сердечно-сосудистой системы, органов дыхания, кожные заболевания, заболевания опорно-двигательного аппарата, гинекологические проблемы, психоневрологические болезни и многое другое. Средняя стоимость, чел./сутки: 2000 руб.



Санатории Краснодарского края специализируются на лечении заболеваний органов дыхания, расстройств нервной системы, болезней желудочно-кишечного тракта, нарушений обмена веществ; болезней системы кровообращения и других заболеваний. Природные лечебные факторы: целебный воздух, минеральные воды и грязи. В санаториях региона также можно подобрать индивидуальные программы очищения организма и коррекции веса. Средняя стоимость, чел./сутки: 1600 руб.



Санатории Средней полосы отличаются наличием месторождений целебных минеральных вод и грязей, высококвалифицированными специалистами. Здесь лечат заболевания органов пищеварения, системы кровообращения, болезни органов дыхания, почек, эндокринные заболевания. Для лечения используются местные минеральные воды, торфяные и сапропелевые лечебные грязи, а также традиционные и новейшие лекарственные методы. Средняя стоимость, чел./сутки: 1500–1700 руб.

7-я ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

# RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

## 2016

18 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

[www.mice-award.ru](http://www.mice-award.ru)

Номинарование  
с 1 апреля 2016 г.

Церемония награждения  
29 сентября 2016 г.

**Дополнительная информация:**

Ирина Ильина

тел. (495) 723-72-72 / [award@tourbus.ru](mailto:award@tourbus.ru)



УЧРЕДИТЕЛИ



ОРГАНИЗАТОР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



СТРАХОВОЙ ПАРТНЕР



РАНЕЕ СК «ЦЮРИХ»

# Макао

## Захватывающий мир развлечений

Особый административный район Китая Макао — один из самых удивительных и незабываемых городов мира. Здесь причудливым образом слились воедино минувшие века и современность, переплелись европейская и азиатская культуры. В Макао на мощенных «европейской» мозаикой площадях и узких улочках красуются величественные католические церкви и типичные португальские особняки. А за углом — старинные китайские храмы с дымящимися благовониями, украшенные красными фонариками здания, оживленные рынки, предлагающие экзотические лакомства: акулы плавники, десерты из мяса и прочие необычные продукты. Разбавляют этот невероятный микс современные небоскребы немыслимых форм и размеров.

Макао поражает туристов и яркой палитрой развлечений. Чего только стоит восхитительное шоу Франко Драгоне «Дом танцующей воды», только оно одно заслуживает того, чтобы посетить этот город! Незабываемым станет прыжок на одной из самых высоко расположенных тарзанок в мире. Всевозможные фестивали, искрометные представления, грандиозные концерты и спортивные состязания, среди которых легендарный Гран-при Макао и захватывающие гонки на драконьих лодках — в любое время года Макао предлагает своим гостям богатый календарь событий.



**АПРЕЛЬ 29**

**Фестиваль А-Ма**



В этот день жители Макао восхваляют богиню А-Ма, покровительницу моряков. По всему городу проходят праздничные шествия, театрализованные представления, завораживающие шоу. Обязательный пункт программы – посещение древнего храма, посвященного богине.

**МАЙ**

**27-й Фестиваль искусств**



В рамках этого праздника местные жители и туристы смогут посетить 27 шоу-программ, объединенных одной идеей. «Время» – красная нить фестиваля этого года. Актеры, танцоры и художники попытаются переосмыслить классику и по-новому взглянуть на будоражащие человека темы.

**МАЙ 14**

**Праздник купания Будды, Пир Пьяного Дракона, Праздник Там Конг**



Красивый ритуал омовения статуй Будды, фестиваль в честь человека, победившего дракона благодаря алкоголю, представление кантонской оперы, уличное шествие и танцы Дракона со Львом – все это за один день.

**ИЮНЬ\***

**Мировая Лига по волейболу 2016**



Уже более двух десятилетий Макао становится хозяином Мировой Лиги по волейболу. За это время город дважды принимал финалы этих соревнований.

**ИЮНЬ 4,5,9**

**Международные гонки на драконьих лодках**



Легенда гласит, что первые соревнования на лодках с носом в форме головы дракона прошли в память о поэте Цюй Юане, который бросился в воду с камнем на шее, узнав, что его город сдался врагу. Сегодня эта гонка – одно из самых зрелищных и популярных мероприятий в Макао.

**ИЮНЬ 11-19**

**16-й Фестиваль лотосов**



На несколько дней Макао превращается в цветущий сад: в это время каждая улица города украшена лотосами. Особенно живописно выглядит парк Лоу Лим Иеок, где пестрым ковром цветут сотни этих растений. Во время праздника в некоторых местных ресторанах можно отведать необычные блюда из лотоса.

**СЕНТЯБРЬ\* 3,10,15,24**

**ОКТАБРЬ\* 1**



**28-й Международный конкурс фейерверков**

Одно из лучших подобных мероприятий в мире. Организаторы обещают фантастическое световое шоу.

**ОКТАБРЬ\***

**30-й Международный музыкальный фестиваль**



На площадках города выступают лучшие музыканты со всего света. Представления пройдут в парках, старинных храмах, в театре Дона Педру V, а также в ультрасовременном Культурном центре. Главным событием станет потрясающее шоу в Гранд Опере.

**НОЯБРЬ\***

**16-й Гастрономический фестиваль**



Во время проведения «праздника живота» в Макао можно попробовать отменные блюда азиатской, европейской и местной кухни, а также посмотреть и принять участие в захватывающих представлениях, играх и пивных состязаниях.

**НОЯБРЬ\* 17-20**

**63-й Гран-при Макао**



Легендарное спортивное мероприятие ежегодно привлекает в Макао сотни туристов со всего света. Оглушительный рев моторов скоростных болидов, лучшие в мире мотоциклисты, гонщики WTCC и «Формулы-3», ликующая толпа – эти гонки, уж точно, не оставят равнодушным ни одного зрителя!

**ДЕКАБРЬ\* 4**

**Международный марафон**



Участникам марафона предлагаются на выбор несколько дистанций. Полный маршрут рекомендуется для подготовленных участников. Полумарафон организуют не только для профессиональных атлетов, но и любителей, желающих проверить себя на выносливость.

Более подробная информация о мероприятиях, проходящих в Макао, – на сайте [ru.macautourism.gov.mo](http://ru.macautourism.gov.mo)

\* Даты уточняются.

Мы на MTT 2016, 23-26 марта:  
стенд № F210 (Павильон Форум)

MACAO GOVERNMENT TOURISM OFFICE  
УПРАВЛЕНИЕ ПО ТУРИЗМУ ПРАВИТЕЛЬСТВА МАКАО



Каким был минувший год для популярного средиземноморского направления?

Чем Мальта способна удивить российских туристов?

Как будет строиться продвижение страны на нашем рынке?

Собеседник «ТБ» — ЭНТОНИ КАРУАНА, директор представительства Мальтийского управления по туризму в России и странах СНГ.

## Остров спокойствия и приключений

**Д**овольны ли вы результатами прошедшего года? Каковы ваши прогнозы на 2016-й?

Спад турпотока из России на Мальту составил 35%. Тем не менее по сравнению со многими другими направлениями результаты были выше среднего.

Я не считаю это заслугой нашего офиса, скорее объяснил бы это фантастическими возможностями страны как туристического направления. Зато общее количество туристов, побывавших на Мальте в прошлом году, выросло на 5,4% и достигло 1,8 млн человек.

Мы уверены, что год будет довольно успешным. После ударов двух последних лет надеемся на увеличение потока не менее чем на 50% по отношению к предыдущему году.

**Какие меры предпринимает Управление по туризму Мальты для увеличения турпотока из России?**

Мальта как продукт во многом остается вне конкуренции. Путешественники найдут здесь одновременно и мягкий климат с теплыми зимами и длительным периодом купания (с марта по октябрь), и самые чистые пляжи Средиземноморья, и возможности для круглогодичного изучения английского языка, и отличные условия для занятий дайвингом и другими видами спорта, и богатую историю государства с его древнейшими достопримечательностями, и насыщенный календарь событий. А самое главное — это европейский сервис и безопасность!

Не все знают о замечательных возможностях Мальты, и наша задача — информировать как можно более широкую аудиторию, включая туристические компании и самих путешественни-

ков. Мы интенсивно продвигаем направление в сети интернет, особенно в социальных медиа, участвуем в выставках, проводим рабочие встречи по всей России. Планируем более интенсивно развивать регионы.

Для обучения менеджеров турфирм и ознакомления их с возможностями Мальты мы создали обучающий ресурс — туристическую онлайн-академию ([www.visitmalta.academy](http://www.visitmalta.academy)). На мой взгляд, это лучший онлайн-курс из всех направлений, представленных на российском рынке.

**Как вы строите работу с российскими туроператорами?**

У нас отличное, отлаженное взаимодействие. Мы вместе реализуем различные проекты и рекламные кампании, которые финансируются нашим офисом. Кроме того, турфирмы бесплатно участвуют в выставках и семинарах на стендах Мальты, а также в наших и совместно организованных workshop — в Москве, Санкт-Петербурге и других городах России. Вне зависимости от того, какая авиакомпания осуществляет перевозку, мы помогаем тем операторам, которые выкупают чартеры или блоки мест на Мальту. В этом случае объем помощи напрямую зависит от количества продаваемых мест.

Отдельно хочу отметить, что наше детище — Мальтийский клуб — это первое в России неформальное объединение компаний, работающих по направлению Мальта. Он эффективно функционирует уже много лет. На данный момент — в Москве и Санкт-Петербурге, но в наших ближайших планах создать подобные объединения и в других крупных российских городах.



**Какие виды туризма кроме пляжного и экскурсионного намерена продвигать ваша страна на российском рынке?**

Мы пропагандируем все виды туризма — это и обучение, и дайвинг, и деловой и поощрительный туризм, и экскурсионный. Мальта отличается разнообразием предлагаемых видов отдыха и их грамотным сочетанием. Поэтому мы, можно сказать, продвигаем именно это разнообразие.

Например, по изучению английского языка Мальта находится практически вне конкуренции и может поспорить даже с Великобританией. Этому способствует, во-первых, высокий уровень обучения, так как деятельность обучающих компаний и школ контролируется государством.

Во-вторых, это доступные цены на обучение и высокий уровень безопасности в стране. Один из козырей Мальты — климат. Мягкие теплые зимы, комфортное межсезонье, море и обилие солнца — все это неоспоримые спутники хорошего обучения.

Кроме того, Мальтийские острова всегда были одним из самых популярных мест для расслабляющего отдыха. Правительство вкладывает крупные инвестиции в строительство пятизвездных отелей и курортов, всего на островах находится около 40 центров здоровья и спа-салонов.

Любителям необычных торжеств и инсентив-мероприятий Мальта может предложить поистине сказочные сценарии в самых настоящих замках, дворцах, отелях высочайшего класса или же просто на средневековых деревенских площадях. Этот вид туризма обрел особую популярность после выхода ряда фильмов, снятых на Мальте.

**Какие примечательные культурные и спортивные мероприятия пройдут на Мальте в 2016 году?**

Событийный календарь Мальты насыщается с каждым годом и становится все более интересным для большого круга гостей. Например, в середине января проходит Международный фестиваль музыки барокко, в февра-

ле — знаменитый мальтийский карнавал, в апреле — целых два фестиваля фейерверков. Любителей спорта привлекают такие мероприятия, как Триатлон, ежегодные ралли Гран-при в Мдине, Средиземноморская парусная регата The Rolex Middle Sea Race.

Лето и осень насыщены музыкальными событиями: среди молодых гостей острова очень популярен июньский международный фестиваль «Остров MTV», джазовый фестиваль в июле собирает любителей и лучших музыкантов со всего мира. Все лето туристы и путешественники могут наблюдать многочисленные фесты — праздники, посвященные покровителям мальтийских городов и деревень. **ТБ**

**БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ**

**БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ**

**БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ**

- ✦ Легко добраться
- ✦ Исключительный выбор мест размещения
- ✦ Солнце 300 дней в году
- ✦ Столица Валлетта - объект культурного наследия ЮНЕСКО и культурная столица Европы 2018
- ✦ в. Гозо - неизведанный рай
- ✦ Безопасный отдых
- ✦ Кристально чистое Средиземное море

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

<p><b>ICS TRAVEL GROUP</b> МТЗ 00176                  М «ТУЛЬСКАЯ»                  (495) 748-4847 (мн.)                  www.icsmf.ru</p>	<p><b>БИЛЕТНО ГЛОБУС</b> МТЗ 01174                  М «ЛЮБИМКА», «СЕМЕНОВСКАЯ»                  (495) 304-2505                  www.biletno.ru</p>	<p><b>ВАНД ВОРЖ</b> МТЗ 01661                  М «ТВЕРСКАЯ»                  (495) 780-3661                  www.vand.ru</p>	<p><b>ДИАЛОГ</b> МТЗ 01040                  М «КРАСНОПРЕЧЕНСКАЯ»                  (495) 730-2022 (мн.)                  www.malfaresort.ru</p>
<p><b>ИНСАЙТ-ЛИНГВА</b> МТЗ 00842                  М «НОВОСЛОБОДСКАЯ»                  (495) 795-0622                  www.il.ru</p>	<p><b>TK МЕЛИТА</b> МТЗ 01166                  М «АРСАТСКАЯ»                  (495) 419-1922                  www.maltatour.ru</p>	<p><b>НАТАЛИ ТУРС</b> МТЗ 00867                  М «МАЯКОВСКАЯ»                  (495) 792-56-28                  www.natalie-tours.ru</p>	<p><b>РУССКИЙ ЭКСПРЕСС</b> МТЗ 00800                  М «ТАГАНСКАЯ»                  (495) 925-8899                  www.r-express.ru</p>
<p><b>СТБ ТУРС</b> МТЗ 00865                  М «ДОСТОЕВСКАЯ»                  (495) 789-4779                  www.stbtours.ru</p>	<p><b>СТУДЕНТС ИНТЕРНЕШНЛ</b> МТЗ 01068                  М «СЕРГИЙЕВСКАЯ»                  (495) 906-1576                  www.student.ru</p>	<p><b>ТРОВЕЛМАРТ</b> МТЗ 01660                  М «ТАГАНСКАЯ»                  (495) 905-8330                  www.tymalta.ru</p>	

**МАЛЬТА - НЕ ПРОСТО ОТДЫХ!**  
**MALTA IS MORE**  
[www.visitmalta.com](http://www.visitmalta.com)

**МАЛЬТА**

РЕКЛАМА

# Приехать, чтобы вернуться


Всесезонные курорты, богатая палитра развлечений, знаковые места и достопримечательности — Израиль всегда пользовался спросом у россиян. Новые реалии отечественного туррынка сделали направление еще более востребованным.

ТЕКСТ И ФОТО СВЕЛАНА КОНОВАЛОВА

**Н**есмотря на продолжающийся кризис, Святая земля показывает хорошие результаты: в прошлом году страну посетило 415 тысяч наших граждан. Такая относительная стабильность — не случайность, а закономерный итог работы Министерства туризма Израиля. Каждый год туристические власти разрабатывают новые экскурсии и программы, проводят различные мероприятия для российского турбизнеса.

Например, в декабре российские компании приняли участие в международном туристическом конгрессе Where Else, во время которого пообщались с представителями израильских гостиниц и туроператоров и познакомились с возможностями страны. В январе состоялся конгресс в Эйлате, куда были приглашены турагентства из России, а в последний месяц зимы прошло roadshow в крупных российских городах — Екатеринбурге, Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону.

Мероприятия подкреплялись рекламной кампанией в разных форматах: роликами на ТВ

 Москва и Тель-Авив связывают ежедневные рейсы авиакомпаний El Al и «Аэрофлот». Последняя также летает в Тель-Авив из Санкт-Петербурга. Туристы из Ростова-на-Дону могут воспользоваться «крыльями» «Донавиа». С 23 марта возобновятся прямые перелеты «Уральских авиалиний» в Тель-Авив из Екатеринбурга, с 30 марта — из Краснодара.



©WWW.GOISRAEL.COM



и в интернете, билбордами и даже прогнозом погоды на радио, сравнивающим температуру воздуха в Израиле и российских городах.

В марте красноморский город Эйлат станет официальным партнером международной выставки МПТТ 2016. Также в планах на этот год — провести серию вебинаров для туротрасли и открыть онлайн-академию по Израилу. Все эти меры направлены на то, чтобы увеличить российский турпоток по итогам текущего года.

## СПРОС НА СОЛНЦЕ

Когда российский турбизнес стал искать альтернативу Турции и Египту, в список «заместителей» сразу попал Израиль, близкий сосед страны пирамид и обладатель своего «кусочка» Красного моря. Внимание привлек курорт Эйлат, предлагающий не только прогретые солнцем пляжи и теплое море, но и множество развлечений как в городе, так и в окрестностях. Среди них — дайвинг и купание с дельфинами, морские прогулки на яхте и «покорение» пустыни на джипах, всевозможные фестивали и концерты под открытым небом, поездки на Мертвое море, в Иерусалим и осмотр местных достопримечательностей.

Притягательности южному курорту добавила и программа лояльности, которую в ноябре прошлого года возобновило Министрство туризма Израиля. Туристические власти предложили операторам компенсацию в размере 45 евро за каждого россиянина, отправленного на отдых в Эйлат. Еще 15 евро за размещенных у них путешественников посулили эйлатские гостиницы, а некоторые из них в ожидании наплыва россиян даже перешли на систему «все включено».

В итоге «Пегас Туристик», Coral Travel, Anex Tour и ICS Travel Group подняли дополнительные «крылья» в Эйлат, которыми с ноября по январь воспользовались 7 тысяч человек. Соблазнились направлением и другие компании, ранее не работавшие с Израилем. Например, в феврале старт продаж Святой земли анонсировал туроператор «Натали Турс».

## НЕ МОРЕМ ЕДИНЫМ

Эйлат — несомненно, хороший курорт. Однако Израиль в первую очередь — это богатейшее наследие мировой истории, где наличие моря — приятный бонус к культурному потрясению. Здесь множество интересных мест,

самобытных городов, на осмотр которых одной поездки едва ли хватит. Статистика подтверждает неисчерпаемые возможности для «экскурсионки» в этой небольшой стране: 44% россиян вновь возвращаются в Израиль, чтобы увидеть то, что ускользнуло от их внимания в прошлый раз.

Как магнитом притягивает туристов Иерусалим. Для паломников — это Святая земля, а для любителей старины — настоящая кладовая артефактов. Стена Плача, Храм Гроба Господня, мечеть Аль-Акса, Купол Скалы, Гефсиманский сад и множество других достопримечательностей не оставят ни одного путешественника равнодушным. А чтобы впечатление от города было сильнее, в израильских турфирмах можно заказать экскурсию на сегвеях: памятники истории, завораживающие виды и капелька адреналина — все это за час с небольшим.

Интересно посетить экономический центр страны — Тель-Авив. Здесь небоскребы из стекла и стали мирно соседствуют с архитектурным наследием прошлого века — зданиями, построенными в стиле баухаус, — и старым Яффо. Новый порт города — также прекрасное место для прогулки. Особенно в пятницу перед Шаббатом, когда здесь проходят концерты и открывается фермерский рынок, где можно отведать вкуснейших местных продуктов.

К must-see городам Израиля также относятся Хайфа и Акко. Первый — самый крупный порт страны, правда, прославившийся далеко не по этой причине. Его «фишка» — величественные Бахайские сады, взбирающиеся на гору Кармель. Акко же является последним городом крестоносцев и входит в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. **ТБ**



Бахайские сады в Хайфе



### КСЕНИЯ КОБЯКОВА

Директор департамента Министерства туризма Израиля в РФ и странах СНГ

Израильский курорт Эйлат, расположенный на Красном море, — логичная альтернатива «закрывшемуся» Египту. Со своей стороны мы сделали много шагов для привлечения российских туристов,

которые ездили в эту страну и привыкли к недорогим турам. Мы провели переговоры с отелями, чтобы они снизили стоимость проживания для россиян. Гостиничный бизнес Израиля пошел нам навстречу и предложил цены, которых никогда не давал раньше. Это позволило российским туроператорам (по нашим данным, таких турфирм 12) сформировать турпакеты со стоимостью от 350 долларов на человека. Цены очень низкие, учитывая тот факт, что Израиль никогда не был бюджетным направлением. Помимо этого, в некоторых российских регионах мы предлагаем бесплатные экскурсии, а гостиницы дают купоны на скидку до 50% в спа и бесплатное посещение музеев. Тем не менее мы понимаем, что весь египетско-турецкий турпоток на себя не перетянем. Но «заковать» 20% нам под силу.

# Где расцветают улыбки

Экзотическое королевство, мекка дайверов, лучшее место для семейного отдыха — любой приезжающий в эту страну найдет свой Таиланд. Каждый гость здесь желанный, а поэтому самый дорогой.

**ТЕКСТ**  
НАТАЛЬЯ ЯКУБОВА

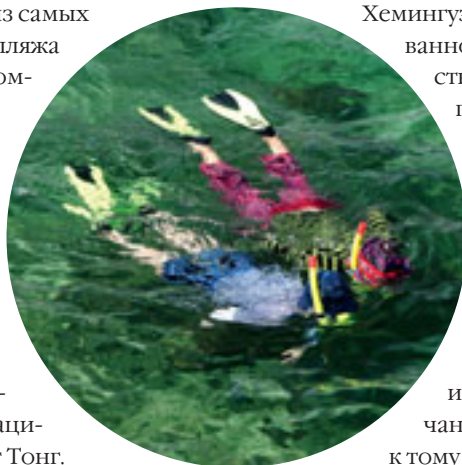
## В ОТПУСК ВСЕЙ СЕМЬЕЙ

Сама природа предназначила Таиланд для отдыха с детьми, одарив его теплым морем, пляжами с чистым песком, пышной растительностью и экзотическими фруктами. Люди, правда, слегка поправили эту тропическую идиллию, построив отели с бассейнами-«лягушатниками», игровыми площадками, аниматорами, детскими клубами, сервисом по уходу за малышами и бесплатным проживанием для тех, кому не исполнилось 12 лет. Тайцы не просто любят, а по-настоящему боготворят маленьких светлокотых мальчиков и девочек, что добавляет радушия и дружелюбия по отношению к семьям с детьми.

С учетом прямого перелета из России, Пхукет — самый предпочтительный вариант семейного отдыха, особенно если выбрать отель на красивом чистом пляже Карон с четырьмя километрами золотистого песка на юго-западном побережье острова, двухкилометровом пологом пляже Камала с небольшим рыбацким городком в южной части или на тихом пляже Най Тон, сохранившем первозданную природную красоту, поскольку является частью Национального заповедника Сиринат.

Пхукет — то самое место, где ребенок точно не заскучет. В дополнение к отельной инфраструктуре на популярных курортах есть аквапарки и парки аттракционов. Гостей ждут Парк бабочек в деревне Самконг, Центр реабилитации гиббонов в Национальном парке Кхао-Пхра-Тхео, Аквариум в Центре исследования биологии моря, Дино-Парк с полями для мини-гольфа, оформленными в стиле Парка Юрского периода, Музей раковин и Музей оптических иллюзий. И наконец, достойный самого Диснея Парк развлечений «Фантаси» — лучшее вечернее шоу для всей семьи и национальная гордость Таиланда.

На Самуи нет прямых рейсов из России, зато на юге острова есть отличный четырехкилометровый пляж Ламай с крупным желтым песком. Несмотря на обилие баров и ресторанов, он считается одним из самых тихих на острове. В центре пляжа построен детский водный комплекс «Коко Сплаш» с полными спусками, бассейнами и водопадами. Для малышей ростом менее 90 см вход бесплатный. Детям наверняка понравятся Тигровый зоопарк, Парадиз Парк — небольшая ферма в горах с домашними животными и птицами, катание на слонах и поездка в Национальный морской парк Анг Тонг.



Курортный Краби привлекает фантастическими пейзажами и безмятежной атмосферой. Его стоит выбрать для отдыха с детьми постарше. Здешние пляжи Рейли и Прананг регулярно занимают верхние строчки рейтингов самых красивых пляжей планеты.

## ОТДЫХ БЕЗ УСТАЛИ

Для многих Таиланд — синоним расслабленного пляжного отдыха. И это правда, но лишь наполовину. Каякинг, скалолазание, дайвинг, морская рыбалка — да мало ли еще способов нагнать в кровь адреналин?

Море Таиланда не только теплое, но и полное жизни. Чтобы увидеть яркие стайки рыб, гигантских скатов, акул, нянек и поля анемонов надо только правильно выбрать время и место. На Андаманском побережье лучше всего погружаться с ноября по апрель, в западной части Сиамского залива — с января по октябрь, на его восточном побережье — круглый год. При этом многие места погружения доступны и для любителей снорклинга. Чтобы в полной мере насладиться фантастическими подводными красотами, стоит взять однодневный тур к небольшим островам, добраться до которых можно за полтора-два часа. Ну, а для самых искушенных дайвинг-центры организуют дайв-



сафари продолжительностью в несколько дней с погружением в разных точках.

Среди других морских развлечений — рыбалка, в том числе глубоководная в духе Хемингуэя со специально оборудованного катера. Рыбачье счастье может улыбнуться в виде голубого марлина (весом до 200 кг), рыбы-парусника (весом до 100 кг) или барракуды (длиной до 3,5 м). Лучший способ исследовать береговую линию — туры на каяках вдоль живописных карстовых массивов и пещер с небольшими песчаными пляжами. Каякинг к тому же единственная возмож-

ность увидеть фантастически красивые хонги — закрытые лагуны, прячущиеся внутри экзотических островов Национального морского парка Пханг Нга. Попастъ в лагуну можно только с опытным гидом, хорошо знающим расписание приливов и отливов, особенности морских течений и умеющим ловко провести лодку под свисающими со сводов пещер сталактитами.

## ИСКУШЕНИЕ ДЛЯ ИСКУШЕННЫХ

Чтобы получить впечатления в духе Редьярда Киплинга, стоит отправиться в Северный Таиланд. Под асфальтом его дорог лежит древнее государство Ланна — королевство Миллиона рисовых полей. Добраться до него не составит труда — от Бангкока до Чиангмая, бывшей столицы королевства, всего полтора часа на самолете.

Храм Чианг-Ман — старейший в городе. Всего же здесь более сотни потрясающе красивых храмов. Многие построены в XIII–XVI вв. во время расцвета королевства Ланна. Среди них главный монастырь Северного Таиланда Пхра-Тхат-Дой-Сутхеп на горе Дой-Сутхеп в окрестностях Чиангмая. В облаках благовоний, твердя священные мантры, паломники обходят его огромную, сияющую золотом ступу с частицей праха Будды. В 1960-е годы красоту этих мест

## ЛУЧШИЕ ДАЙВ-САЙТЫ ТАИЛАНДА

- Суринские острова, скала Ришелье
- Остров Бо
- Симилянские острова, Элефант-Хед-Рок
- Остров Ланта, Хин-Мьянг и Хин-Даенг
- Острова Бида-Нок и Бида-Най
- Остров Тао



## КОГДА ЦВЕТЕТ ЛОТОС

Погрузиться в атмосферу жизни традиционных тайских общин позволяет экскурсия по каналу Кхлонг Махасават, расположенному в 30 км от Бангкока. На шестиместной лодке от храма Ват Суваннарам можно проплыть по рисовым полям, побывать в питомнике орхидей. В экскурсионную программу входят поездка на тракторе по фруктовым садам и дегустация местных блюд. Лучшее время для посещения Кхлонг Махасават — июнь, когда лотосы радуют туристов обильным цветением.


**ЮЛИЯ СОБКАНЮК**
*Директор по продажам туроператора ITM Group*

Для отдыха с детьми подойдут крупные туристические зоны — Пхукет, Чанг, Самуй, Хуа Хин. В большинстве отелей есть детские площадки, предоставляются детское питание и кровать. Здесь будет хорошо семьям с грудными детьми, для которых важны так-

тильное и интонационное общение и которым не будет мешать языковой барьер. А «почемучкам», активно познающим мир, тайские детские развлекательные программы не слишком интересны. Из курортов для отдыха маленьких туристов в первую очередь подойдут Ча Ам и Хуа Хин — пологое дно и спокойное море идеальны для адаптации к пространству, к воде, для того чтобы научиться плавать. Лучшие отели: Anantara Hua Hin Resort 5\* и Hyatt Regency Hua Hin 5\*.

С детьми 4–15 лет уже можно остановиться на несколько дней в Бангкоке и съездить на север. Природные экскурсии по пещерам и островам Андаманского моря, походы к водопадам и по национальным заповедникам разнообразят их досуг, как и посещение тигровых, крокодиловых, страусовых, черепаховых ферм. Также я рекомендую северо-западные пляжи Пхукета, остров Чанг и северное побережье острова Самуй. Стоит обратить внимание на отели Пхукета: Centara Grand West Sands Resort & Villas Phuket 5\*, Centara Karon Resort Phuket 4\*, Sunwing Resort & Spa Bangtao Beach 4\*, Sunwing Resort Kamala Beach 4\*.

Молодежи подойдет познавательное путешествие. Это кулинарные и винные туры. Это дайвинг и каякинг (Андаманское море), скалолазание (провинция Краби), сноу-клинг, которым можно заниматься практически повсеместно, трекинг (центральная часть страны, Пхукет и Краби), прогулки к необитаемым островам-атоллам (Краби). Любителям активной ночной жизни можно рекомендовать центральную Паттайю, Пхукет (пляж Патонг, знаменитая Бангла Родд), Самуй — пляж Чавенг, остров Панган — всемирно известные вечеринки полной луны, центральную часть острова Пи-Пи Дон (его пере- шеек). Хочется выделить два отеля: Hard Rock Hotel 4\* в Паттайе, где каждую субботу проводятся пенные вечеринки, и Nikki Beach на острове Самуй, отель с клубной атмосферой.



Из отелей, работающих по системе «все включено», специалисты рекомендуют обратиться внимание на Centara Kata Resort Phuket, Centara Karon Resort Phuket, Centara Blue Marine Resort & Spa Phuket, Centara Seaview Resort Khao Lak, хотя это не совсем привычный по Турции и Египту all inclusive. Таиланд располагает к активному времяпровождению и путешествиям, и вряд ли внедрение этой системы будет полноценным.

оценил король Таиланда Рама IX, построивший в 4 км от монастыря свою летнюю резиденцию Пхупинг. В отсутствие монарших особ королевская резиденция с фантастически прекрасным тропическим садом открыта для посещения.

Чиангмай не только экзотичен, но и необыкновенно гостеприимен. Выбор крыши над головой здесь огромен — от хостелов и гестхаусов до роскошного Four Seasons Resort, похожего на утопающую в зелени небольшую деревушку с безупречным сервисом, спа, антикварными салонами и отличным рестораном, при котором открыта Школа кулинарного искусства. И наконец, даже не буддисты за небольшое пожертвование могут переночевать в монастыре, соблюдая при этом

его распорядок. Помимо этого, в монастыре Рампоенг на окраине Чиангмая любой желающий может пройти курсы медитации (на английском языке) продолжительностью до 21 дня.

К юго-востоку от Чиангмая, вдали от туристических маршрутов и кондиционированных пространств мировых гостиничных сетей, лежит Лампанг, по улицам которого по-прежнему ездят конные экипажи. Здесь редко встретишь европейцев с фотокамерами, тем более наших соотечественников. Зато тут много японских, корейских и китайских паломников, которые приезжают в монастырь Пхра-Тхат-Лампанг-Луанг. Его покрывая благородной патиной ступа хранит два волоса с головы Будды — Великий Учитель еще при жизни сам подарил их двум братьям-купцам из Бирмы.

Примерно 100 км и три часа езды отделяют Чиангмай от оживленного Чиангграя — удобной отправной точки для знакомства с легендарным Золотым треугольником, где когда-то в глубине джунглей прятались поля опиумного мака. Но прежде чем окунуться в авантюрные приключения, стоит посетить храм Пхракраэо. Это в нем в 1434 году молния расколола на части древнюю ступу, освободив скрытого внутри Изумрудного Будду — главную святыню Таиланда (сегодня в Бангкоке).

Из Чиангграя желающие почувствовать себя в роли Маугли могут отправиться в путешествие по джунглям Северного Таиланда. Самостоятельно или в сопровождении опытного проводника. Продолжительность тура от одного дня до недели. Способы передвижения тоже самые разнообразные — пешком или на джипе, верхом на слоне, на лодке или плотах по реке. Ночевать при этом придется в деревнях горных племен лису, акха, хмонг, карен, лаху, мьен, где живут женщины с кольцами на неестественно длинных шеях и красавицы с мочками ушей, оттянутыми до плеч. Душ в этом случае с успехом заменит грохочущий в джунглях водопад.

Стандартный тур — 3 дня/2 ночи. Но даже несколько часов сплава по реке Кок останутся в памяти навсегда. **15**



amazing  
**THAILAND**

РЕКЛАМА



**Окунитесь в мир Тайнесс!**

Туристическое Управление Таиланда  
(Московский офис)  
[info@tourismthailand.ru](mailto:info@tourismthailand.ru)

удивительный  
**ТАИЛАНД**  
[www.tourismthailand.ru](http://www.tourismthailand.ru)

# Большое путешествие

Туристические власти Марокко держат курс на укрепление позиций на российском рынке и делают значительный упор на развитие туристической инфраструктуры: перспективы направления велики, а рынок предложений продолжает расти. В дополнение к уже ставшим популярными пляжным турам в Агадир ANEX Tour включил в ассортимент экскурсионные туры по историческим городам Марокко.



**anex**  
**tour**

Дополнительную информацию о турах в Марокко и других предложениях компании ANEX Tour (ООО «Эксклюзив Трэвел») можно получить на сайте [www.anextour.com](http://www.anextour.com), по тел. +7 (499) 654-04-04 (для агентств), 8-800-775-50-00 (для частных лиц)

**К**урортный город Агадир предлагает туристу все прелести пляжного отдыха и красоту горных пейзажей. Это наилучший выбор для летней поездки. Вдоль Атлантического океана протянулись несколько километров чистого золотистого песка, овеваемые легким бризом. Вдоль этого побережья сосредоточены практически все отели, предлагаемые ANEX Tour. Это и роскошные гостиничные комплексы премиум-класса, и клубные, и молодежные отели, а также экономные «трешки» для активных туристов.

Туристы ANEX Tour используют время отпуска в Марокко не только для отдыха, но и для саморазвития. Среди них очень часто встречаются люди, которые любят приключения и необычные маршруты путешествий. Способствует спонтанной поездке в Марокко и отсутствие визового режима.

Будет опрометчиво побывать в Марокко и не увидеть собственными глазами горные вершины Атласских гор, древнейшую медину Марракеша и кожаные дубильни Феса. Так, в линейке предложений ANEX Tour значится экскурсионная про-

грамма «Имперские города», благодаря которой туристам приоткрываются тайны древней берберской цивилизации. Марокко — страна, которая пережила многое на пути к своей независимости. «Имперскими городами» называют четыре исторические столицы Марокко: древний Фес, «марокканский Версаль» Мекнес, третий по размеру город в государстве Марракеш и нынешнюю столицу Рабат.

Помимо знакомства с культурными и историческими достопримечательностями туристы имеют возможность провести ночь в пустыне в лагере из типичных берберских шатров.

ANEX Tour впервые предлагает экскурсионную программу «Океан и пустыня», комбинируемую с пляжным отдыхом в Агадире. В ходе большого путешествия туристы побывают в марокканском «Голливуде» — городе Уарзат, где снимались сцены из фильмов «Гладиатор», «Астерикс и Обеликс», «Клон», «Игра престолов», на площади Джемаа-эль-Фна в Марракеше, представляющей собой театр под открытым небом с акробатами, танцорами, музыкантами, заклинателями змей. Дорога также будет пролегать через розовые сады долины Дадес, город шафрана Талоуин, организованные фермы равнины Сусс. **ТБ**





# Я привык к спартанской обстановке

В конце марта 70-летие отмечает Заслуженный артист России Владимир Пресняков. Творческая жизнь музыканта очень насыщена. Он — один из лучших саксофонистов на нашей эстраде, автор музыки для нескольких сотен эстрадных песен, выпускает диски с инструментальной музыкой. Накануне юбилея мы встретились с артистом, чтобы поговорить с ним о путешествиях в его жизни.

**В**ладимир Петрович, вы много работаете, скажите, а как вы отдыхаете?

Самое большое удовольствие я получаю, когда работаю в студии. Никакой отдых с этим не сравнится. Каждую субботу хожу на Горбушку, общаюсь с коллег-лекционерами дисков. Также регулярно хожу на тренировки сборной команды по футболу артистов «Старко».

**Я имел в виду поездки к морю, круизы и так далее...**

Это куда больше, чем я, любит моя жена Лена (певица Елена Преснякова — А.С.), а у меня особой тяги к такому отдыху нет. Я очень быстро сгораю на солнце. А поездки за рубеж люблю. Мне очень нравится гулять по Парижу. Люблю Канны, Милан, Амстердам, Франкфурт, где проходит крупнейшая выставка музыкальных инструментов. Я приезжаю на выставку, ну и заодно гуляю по городу, осматриваю его окрестности.

**Другими словами, вы предпочитаете путешествовать по Европе. Что же вам там нравится?**

Чистота, вежливость. Удивительные достопримечательности. Вот, например, в Бельгии оказываешься в небольшом городке, заходишь в храм на главной площади и видишь там своды красоты необыкновенной, расписанные Ван Дейком, проезжаешь еще километров двадцать и попадаешь в другой небольшой городок, где встречаешь что-то не менее удивительное. И так можно

ездить по Европе и смотреть, удивляться и восхищаться. Какой европейский город я люблю больше всего, сказать не могу, в каждом есть что-то свое, запоминающееся по-особенному. Но Париж нравится очень.

**А Лондон?**

Я был там всего два или три, а в Париже — уже и не вспомню, сколько раз я оказывался. В Лондоне мне нравится его солидность и традиционность, и, конечно, пиво. Хотя в Бельгии пиво ничуть не хуже. Но в Париже мне уютнее и теплее. Этот город мне куда ближе.

**Когда попадаешь в другую страну, в непривычный тебе мир, как-то немного меняется и твоя ментальность, взгляд на жизнь. Вы согласны?**

Да, согласен. Например, приезжая в Париж, я обязательно иду на Монмартр, захожу в какое-нибудь уютное кафе. Сажу с одним из своих приятелей, потягиваю вино или кофе и смотрю на людей, куда-то спешащих по улице. И становится очень хорошо и спокойно. Люблю ходить и по музыкальным магазинам, в некоторых из них меня уже знают. Например, в Sax Machine мне иногда дарят или по более низкой цене продают мундштуки для саксофона. Нельзя не сказать и о парижских музеях, они тоже дают очень много ярких эмоций и впечатлений. Помню, как целый день провел в Лувре — это было потрясение. Очень люблю и музей Гюго.

Сильное впечатление на меня произвели парижские мосты. Мост Мирабо, мост влюбленных и многие другие. Я даже выпустил альбом инструментальной музыки, им посвященный.

#### А еще и Елисейские поля.

Прекрасное место, но там очень уж много туристов из России. Я, конечно, люблю наших людей, но представьте, я иду по делам, мне надо успеть в несколько мест, а ко мне подходят несколько человек подряд и просят с ними сфотографироваться. Почему-то все наши туристы всегда устремляются на Елисейские поля, и спокойно по ним пройтись и полюбоваться их красотой я возможности не имею. Кстати, то же самое происходит и в Москве, полюбоваться красотой которой спокойно я могу только из окна машины.

#### Когда вы говорили про парижские музеи, мне вспомнился Рим — музей под открытым небом.

По Вечному городу я много раз бродил с огромным удовольствием. Меня всегда тянуло на площадь Святого Петра, обязательно захожу и внутрь храма. Красота там необыкновенная! Помню как-то летом из-за жары ходил по городу в шортах. Так мне пришлось у уличного торговца купить дешевый платок и закрыть им ноги, но в храм Петра не зайти я не мог. А потом обычно сижу в кафе на площади и впитываю в себя необыкновенную атмосферу этого удивительного места, где смешалось все — толпы туристов, множество торговцев, прекрасная архитектура, история древнего города. Был и в Колизее, сделал там несколько смешных фотографий с молодыми людьми в картонных доспехах, изображавших из себя рыцарей и гладиаторов.

#### В США вам бывать приходилось? Говорят, что самое интересное там — это природа.

Отчасти я с вами соглашусь. Как-то проезжали мы мимо Гранд-Каньона, там действительно красиво. Мне даже вспомнилась песня в исполнении Ободзинского и я загорланил: «Вновь, вновь золото манит нас!» Мы остановились, вышли из машины и завороженные довольно долго смотрели на это чудо. Правда, во всех других местах Штатов природу я наблюдал из окна автомобиля. Ну и, конечно, огромное впечатление на меня произвел Нью-Йорк, особенно Манхэттен.

#### Прославленные джазовые клубы?

Да, я был в самых разных, в том числе и в знаменитом Blue Note. Я ходил на концерт знаменитого исполнителя на губной гар-

монике Тутса Тильманса. Там очень удобный зал. Билет стоит 25 долларов, но в эту цену входит салат, бутылочка вина или пива. Я там же купил несколько пластинок Тутса, и он мне их подписал.

#### Нью-Йорк — особенный город. Чем еще он вам запомнился?

Смешным случаем. Мы шли по Нью-Йорку с танцором и перкуссионистом по прозвищу Балахон. В переулке в Гарлеме мы увидели негра довольно жалкого вида, который стоял прислонив-

шись к стене и в руках держал кружку, очень похожую на ту, с которой просят подаяние. У Балахона было хорошее настроение, он выгреб из кармана мелочь, центов 50, и бросил в эту кружку. Из нее брызнул кофе, негр взглянул на нас с яростью и прошипел: «F... you, my coffee». Балахон, конечно, извинился, но мы поторопились исчезнуть, потому что мало ли чего можно ожидать от рассерженного негра в Гарлеме.

#### Когда вы путешествуете, насколько для вас важны условия комфорта?

Мои требования к комфорту минимальны: чтобы можно было спать, было где принять душ, а потребности в большом номере у меня нет. Количество звезд, класс номера мне совершенно неважны. Когда я много гастролировал, у меня почему-то сложилась репутация очень требовательного артиста и мне часто предлагали номера люкс. А я от них отказывался, поскольку мне одному расхаживать по огромному номеру просто неуютно. Помните, как Бен-

дер говорил про Кису Воробьянинова: «Мальчик у меня привык к спартанской обстановке». И я тоже человек, который вполне комфортно себя ощущает в спартанской обстановке.

#### В экзотических странах доводилось бывать?

В свое время я целый месяц прожил в Индии. Мы там выступали вместе с ансамблем Николая Левиновского «Аллегро». Я убедился, что Индия — это действительно страна контрастов, где соседствуют неземная роскошь и ужасная нищета. Меня поразила любовь индийцев к джазу, на наших концертах собиралось более пяти тысяч человек и они принимали нас с восторгом. Было видно, что их музыкальные пристрастия очень близки к джазовой музыке.

#### Как вам местная кухня?

Я выковыривал кардамон не только из всех блюд и салата, но и из чая и кофе, куда они тоже добавляют эту приправу, а мне она не нравилась. Это было довольно сложно, но переносимо. **ТБ**



МЮЗИКЛ  
ПРИЗРАК  
ОПЕРЫ



**ПОСЛЕДНИЕ НЕДЕЛИ**

**phantom-musical.ru (495)739 3737**

Основано на романе Гастона Леру «Призрак Оперы» Оригинальная лондонская постановка Кэмерона Маквинтоша  
и The Really Useful Theatre Company Limited

12+



parter.ru

ООО "СТС Эвентим РУ": 125040,  
г. Москва, Ямского Поля 3-я улица, д.28, ОГРН 1067746332554



РЕКЛАМА

## Весеннее обновление в системе Портбилет

В 2016 году обновление комиссии перевозчиками приведет к необходимости увеличить сборы для клиентов. Гораздо легче повысить сбор, если взамен предлагаешь увеличение качества и скорости обслуживания. В системе Портбилет появился специальный функционал для агентств, организующих деловые поездки

### Онлайн-профиль клиента

Вся необходимая информация о компании-клиенте и ее путешествующих сотрудниках с данными их документов, историей поездок. Возможность загрузки данных пассажиров и компаний списком, автоматический перенос этих данных в бронирование. Двойное увеличение скорости оформления перевозочных документов билетным кассиром

### Гибкая система управления коммерческими условиями клиентов

Возможность более гибко назначать сбор клиенту и управлять этим сбором, отсутствие необходимости «помнить» ценовую политику каждого клиента, легкая передача информации о коммерческих условиях клиента между обслуживающими сотрудниками

### Клиентская заявка онлайн

Повышение качества и скорости работы с клиентской заявкой: автоматизированное формирование и отправка предложения клиенту прямо из системы, согласование или отклонение предложения клиентом одной кнопкой из электронной почты, учет отправленных предложений и сформированных заказов, управление статусами заявок

### Четкий учет движения финансов, контроль и прозрачность

Перевод учета билетной продажи из Excel в «1С» или иную учетную систему. Возможность анализировать доходность заказов и управлять ею. Снижение финансовых потерь от человеческого фактора

Портбилет – онлайн-решение для продажи билетов и дополнительных услуг

В системе для вас:  
Авиационные билеты  
Железнодорожные билеты  
Билеты на аэроэкспресс  
Гостиницы  
Полисы страхования  
Трансферы

Москва,  
Переведеновский пер.,  
д. 17, стр. 1, оф. 217

+7 (495) 626-50-12  
portbilet@vipservice.ru

Примите участие в тестировании нового функционала и получите специальные коммерческие условия в системе Портбилет. За дополнительной информацией обращайтесь: +7 (495) 626-50-12, portbilet@vipservice.ru

