

Турбизнес

Travel Trade Russia

ПО ПРАВИЛАМ И БЕЗ

ТЕРНИИ НОВОГО
ЗАКОНА О ТУРИЗМЕ

С НЕБЕС НА ЗЕМЛЮ

«БЕЗБАГАЖНЫЕ»
ТАРИФЫ:
ОБЩИЙ ТРЕНД ИЛИ
ВЫНУЖДЕННАЯ МЕРА?

НА ВЫХОДНЫЕ В ТУНДРУ

КАК В РОССИИ
РАЗВИВАЕТСЯ
АРКТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

главная тема

ВОРОТА В АЗИЮ

ПОЧЕМУ
«БЛИЗКИЙ» ОТДЫХ
НАБИРАЕТ ОБОРОТЫ

12+

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



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

РЕКЛАМА

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2016

17 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинарование
с 1 апреля 2016 г.

Церемония награждения
22 сентября 2016 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

тел. (495) 723-72-72 / award@tourbus.ru



УЧРЕДИТЕЛИ



ОРГАНИЗАТОР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



СТРАХОВОЙ ПАРТНЕР



РАНЕЕ СК «ЦЮРИХ»

Главный редактор Софья Константинова
s.konstantinova@tourbus.ru

Дизайнер Юрий Киян

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян
Виктория Лопухова
Георгий Осипов
Александра Полянская
Владимир Сергачев
Анна Юрьева

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.idfourbus.ru

Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

Исполнительный директор Ольга Мальцева
o.maltseva@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

Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»
Лариса Мартынова

BUSINESS TRAVEL

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «ТУРБИЗНЕС»

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

2 СОБЫТИЯ

- Израиль продолжит субсидии
- Вернулись в строй
- «Библио Глобус» выбрал «Россию»
- В круиз – на лоукостере

12 АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

- 12 Новый закон – новые тернии
- 14 Битва при реестре

ТЕМА НОМЕРА

16 ПО ДОБРОЙ ПАМЯТИ К СОСЕДЯМ

Грузия, Армения, Азербайджан, Узбекистан: широкие возможности и большие перспективы

22 ПРОФЕССИОНАЛ

Космическая бизнес-стратегия

25 ТЕХНОЛОГИИ

Новости

26 ТРАНСПОРТ

Тарифы пошли на посадку

28 ГОСТИНИЦЫ

Время работать с властью

РЕГИОНЫ РОССИИ

- 30 Отдых во благо
- 32 Там тепло, там яблоки?
- 35 И поехать, и помчаться

- В пять раз меньше
- О Мальдивах – со знанием дела
- Есть повод для оптимизма
- На волне успеха



РЫНКИ

- 37 Для русских туристов есть все
- 38 Странички из календаря
- 40 Коста-Дорада: море, вино и гастрономия
- 42 Пишем новую страницу
- 44 Хорватия или Черногория: куда качнется маятник
- 46 Бодензее стало ближе
- 47 VIP-КЛИЕНТ
- На мини-вэне по Европе





Израиль продолжит субсидии

Министерство туризма Израиля с осени 2016 года начнет новый этап поощрительной программы для российских авиакомпаний и туроператоров. В период с 4 октября 2016 года до 10 апреля 2017 года министерство будет возмещать компаниям, организующим перелеты в аэропорт Овда, сумму в размере €45 за каждого пассажира, общий бюджет компенсации для каждой компании за год может составить вплоть до €1,2 млн. Участие в программе будет доступно толь-

ко для тех компаний, которые выполнят минимум 16 рейсов в пункт назначения и обратно в течение вышеуказанного периода.

По словам Ксении Кобяковой, главы департамента Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ, «предыдущий этап программы субсидирования чартерных авиарейсов оказался очень успешным и привел к существенному росту турпотока из РФ в Эйлат. Мы уверены, что благодаря нашим усилиям еще больше туристов из России смогут оценить прекрасные возможности для пляжного, культурно-познавательного, активного и других видов туризма, которые предлагает этот город-курорт». Сбор заявок на участие в программе Министерства туризма Израиля проходит до 15 июня 2016 года.

Вернулись в строй

В середине марта Ростуризм восстановил в едином федеральном реестре часть юридических лиц туроператоров, исключенных в конце декабря из-за санкций против Турции. Всего в реестр «вернулись» 13 компаний — юрлиц крупнейших туроператоров по выездному туризму Coral Travel, Sunmar, «Анекс Тур» и «Пегас Туристик».

Решение было долгожданным. По мнению экспертов, оно позитивно скажется на рыночной ситуации, повысит доверие между операторами и агентами. «Мы очень рады этому решению. Несмотря на то что туроператоры продолжали свою деятельность под оставшимися в реестре юридическими лицами, агентства бронировали их на свой страх и риск, с минимальной глубиной продаж. Теперь, когда все вопросы сняты, прекратится нагнетание страстей вокруг указанных игроков рынка», — считает Ольга Иванова, PR-директор управляющей компании сети офисов продаж «Горячие туры». «Это очень хорошая новость, она успокоит и поддержит агентский рынок», — говорит пресс-секретарь РСТ Ирина Тюрина.

«Библио Глобус» выбрал «Россию»

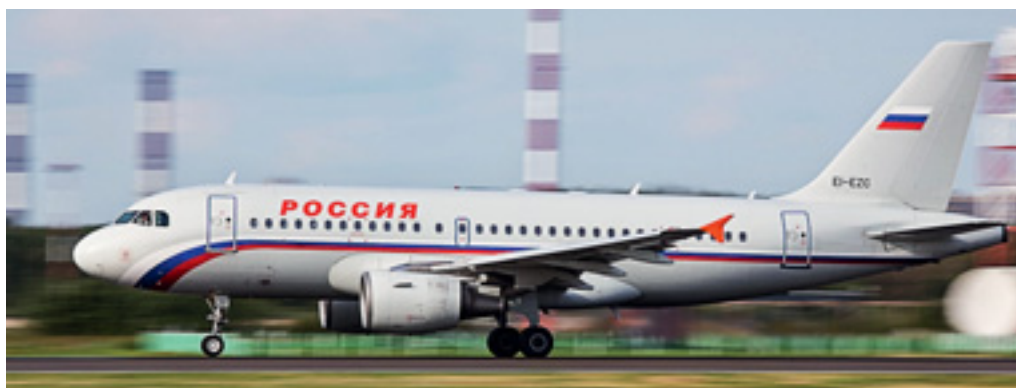
Туроператор «Библио Глобус» и авиакомпания «Россия» подписали договор о долгосрочном сотрудничестве на период до 2018 года, который предполагает использование туркомпанией 13 воздушных судов различных типов и вместимости, находящихся в парке авиаперевозчика.

В основном самолеты будут использоваться в рамках обширной программы полетов на курорты Краснодарского края и Крыма. Среди других направлений на крыльях «России» — Кипр, а также Греция, Абхазия, Болгария, Черногория, Хорватия, Чехия, Франция, Италия, Португалия, Тунис, ОАЭ, Израиль, Таиланд, Доминиканская Республика, Индия, Вьетнам, Шри-Ланка, Куба, Мексика, Мальдивы, Ямайка, Индонезия, Сейшель, Маврикий и новое направление туроператора — Испания.

Вылеты планируются из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Новосибирска и других городов России.

По информации СМИ, планируемый годовой объем «Библио Глобуса» на крыльях «России» составит около двух миллионов туристов.

«С уходом «Трансаэро» «Библио Глобус» лишился своего основного партнера по перевозке. Насколько ставка на «Россию» будет эффективной — покажет время. Данный контракт должен способствовать улучшению ценовых предложений для конечного потребителя на российских направлениях, но обострит конкуренцию между ведущими игроками, такими как «Алеан», «Интурист» и «Дельфин», — считает Татьяна Белова, директор Департамента развития агентской сети туроператора BSI Group.





В круиз — на лоукостере

В предстоящем сезоне компания «Мостурфлот» впервые начинает реализацию проекта «речного лоукостера» на четырехпалубном теплоходе «Княжна Анастасия». Уменьшение стоимости тура достигается за счет гибкой системы выбора включаемых услуг — питания и экскурсионного обслуживания. Цена тура будет начинаться от 2300 руб. в день за человека и включать размещение в каюте, а также развлекательную программу на борту теплохода.

При покупке тура клиенты смогут выбрать полный или частичный пансион, либо купить путевку без предоплаченного питания, а также заказать только отдельные экскурсии или вообще самостоятельно спланировать маршрут для знакомства с достопримечательностями, получив на борту бесплатную консультацию и карту города.

В 2016 году запланировано 16 круизов из Москвы продолжительностью от трех до 13 дней. За навигацию 2016 года теплоход «Княжна Анастасия» сможет перевезти 4800 туристов.

«TUI Россия» получит \$6 млн

Акционеры туроператора «TUI Россия» — «Севергрупп» и TUI Group — приняли решение о дополнительном финансировании компании путем предоставления ей акционерных займов. Финансирование будет осуществлено в соответствии с долями участия в уставном капитале совместного предприятия. Компания «Севергрупп», которая владеет 75% «TUI Россия», направит на эти цели \$4,5 млн, TUI Group, которая в свою очередь владеет 25% туроператора, — \$1,5 млн соответственно.

«Это решение продиктовано планами развития компании и в этой связи диверсификации ее продуктового портфеля в соответствии с нынешними рыночными условиями», — прокомментировали в пресс-службе «TUI Россия».



www.koreanair.com

Совершенство уединения

Каюты Первого класса Kosmo Suites 2.0: изысканный дизайн, раздвижные двери и увеличенный экран современной системы развлечений. Целый мир принадлежит только вам.



Excellence in Flight
KOREAN AIR

Шаг навстречу

В середине марта в Москве открылся второй визовый центр Испании, расположенный по адресу Мытная ул., 66. Он будет обслуживать представителей туркомпаний, аккредитованных при Генконсульстве Испании в Москве. Для профессионалов туризма здесь созданы все условия — в больших залах расположены около шести десятков окон по приему документов и отдельный зал для работы с VIP-клиентами.

«Открытие второго в столице России визового центра Испании — важный организационный шаг, направленный на продолжение упрощения процедуры оформления виз российским гражданам, желающим поехать в нашу страну, особенно в существующих в настоящее время условиях», — заявил генеральный консул Испании в Москве Мигель Бауса Море.

В прошлом году испанским консульство было выдано россиянам 458 тысяч виз. Речь в основном идет о многократных визах сроком на шесть и более месяцев, при этом процент отказов составил всего лишь 1,3%.



Новая награда Korean Air

Крупнейший южнокорейский перевозчик Korean Air был удостоен премии «Выбор читателей Condé Nast Traveller» в номинации «Лучшая международная авиакомпания». Эта престижная награда в области элитного туризма ежегодно присуждается российской версией ведущего мирового журнала об отдыхе и путешествиях Condé Nast Traveller.

В этом году торжественная церемония награждения состоялась 21 марта в столичной гостинице «Метрополь». Награды были вручены в 16 номинациях, включая самую гостеприимную страну, лучший зарубежный городской отель и самый красивый остров.

Региональный директор Korean Air Сон Сон Хве отметил, что безмерно признателен читателям Condé Nast Traveller за их выбор и доверие. «Korean Air и дальше будет задавать стандарты обслуживания в авиации, следуя своему девизу «Excellence in Flight», — заявил он.

Korean Air является одной из немногих авиакомпаний, предлагающей российским клиентам сервис первого класса. Авиакомпания осуществляет рейсы в Москву, Санкт-Петербург, Иркутск и Владивосток. В прошлом году перевозчик отметил 25-летие полетов в Россию и представил новые кресла-каюты первого класса, а также кресла-коконы престиж-класса.



О Мальдивах — со знанием дела

В начале марта компания Crown Tours Maldives провела в московском ресторане Terrine презентацию Мальдивских островов. В мероприятии, соорганизатором которого выступил ИД «Турбизнес», приняли участие представители туроператоров, занимающихся регионом Индийского океана и работающих в сегменте luxury travel, MICE-компании и представители СМИ. Crown Tours Maldives — ведущий мальдивский принимающий туроператор, который управляет восемью отелями на Мальдивах и двумя — на Сейшелах, а также предлагает отдых на Маврикий.

«Туристический бизнес на Мальдивских островах развивается очень активно — если в 1972 году их посетило всего около одной тысячи туристов, то в прошлом — 1,23 млн, что в три раза превышает население островов. Россияне в последние годы составляли около 7% в общем въездном турпотоке на Мальдивы. Причем если в минувшем году этот показатель снизился до 4,8%, то в январе этого года он вновь вырос до 6,8%», — рассказала Юлия Поспелова, ведущий специалист по продажам и бронированию Crown Tours Maldives. Она также отметила, что главная концепция отдыха на Мальдивах — «один остров — один отель», всего в этом тропическом государстве — 105 таких островов-отелей. Важное преимущество направления, по словам Юлии Поспеловой, — безвизовый въезд и возможность прямого перелета «Аэрофлотом». Лучшее время для отдыха на островах — с октября по май.

В завершение вечера нескольким представителям столичных туркомпаний посчастливилось выиграть ваучеры на проживание в престижных мальдивских отелях.

В пять раз меньше

Перечень внутрироссийских туристических авиамаршрутов, претендующих на субсидии в низкий сезон, сократился в пять раз. Согласно проекту постановления правительства, разработанного Минтрансом, субсидии будут предоставлены на маршрутах из Санкт-Петербурга в Ярославль, Вологду, Ульяновск, Кавминводы, Улан-Удэ, Чебоксары, Белгород, Пензу, Апатиты, Псков, Тамбов, Курск. Получат их также маршруты из Кавминвод в Екатеринбург, Новосибирск, Нижний Новгород и из Горно-Алтайска в Казань, Санкт-Петербург, Екатеринбург и Уфу.

В декабре прошлого года АТОР направила в Росавиацию письмо с предложением рассмотреть возможность субсидирования авиаперевозки, включенной в состав турпродукта. Первоначально туроператоры представили всего более 100 направлений для оказания господдержки. Однако в процессе обсуждения списка Минтрансом, Росавиацией и Ростуризмом количество маршрутов в нем постепенно сокращалось: сначала до 27, затем до 19. По информации СМИ, на программу субсидирования будет выделено 360,25 млн рублей — вдвое меньше, чем планировалось.



Реестру быть

Середины марта на базе туроператорского объединения «Турпомощь» функционирует реестр турагентств. По словам главы Ростуризма Олега Сафонова, на текущий момент в него вошли порядка 1,5 тысячи компаний.

«Реестр позволит отсеять фирмы-однодневки, которые оказывают некачественные услуги и неспособны выполнить свои обязательства перед клиентами. Формирование реестра турагентств будет способствовать дальнейшему развитию цивилизованного туристического рынка в нашей стране, повышению прозрачности турагентского рынка и профессионализма его участников», — считает руководитель агентства. По различным оценкам, число турагентств в России варьируется от 15 до 30 тысяч.

Решение создать реестр турагентств на базе «Турпомощи» нашло в профессиональном сообществе как сторонников, так и противников. Подробнее об аргументах тех и других читайте на страницах 14–15.

РЕКЛАМА

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



**ПРИГЛАШАЯ К СОТРУДНИЧЕСТВУ, МЫ ПРЕДЛАГАЕМ
ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПУТЕВОК:**

Заклячая один договор с нами, Вы получаете:

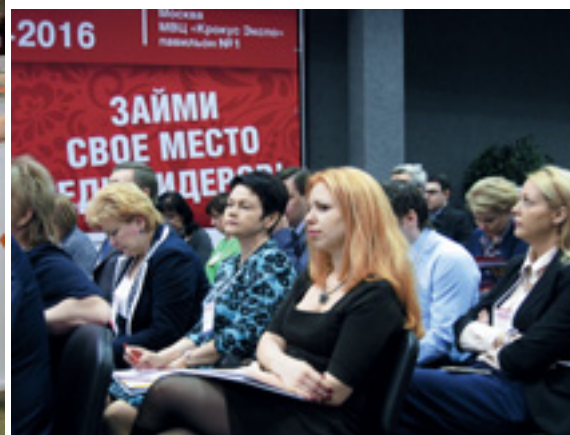
- более 150 здравниц по всей России
- доступ к on-line бронированию
- гарантированные места в здравницах на выгодных условиях
- информацию о наличии свободных мест в режиме реального времени
- мгновенное подтверждение заказа
- достойное агентское вознаграждение
- скидки и бонусы

WWW.PROFKURORT.RU

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

E-MAIL: PROFKURORT@PROFKURORT.RU





Праздник внутреннего туризма

Однадцатая международная выставка «Интурмаркет», прошедшая в Москве с 19 по 22 марта, вызвала повышенный интерес как со стороны профессионального сообщества, так и со стороны потенциальных туристов. В ней приняли участие 74 российских региона, которые, по словам организаторов выставки, «буквально потрясли своей активностью, многообразием предложений, яркостью и информативностью экспозиций». Стратегическим партнером «Интурмаркета» выступил Алтайский край.

Посетители выставки особо отметили мощные презентации межрегионального стенда «Арктика», объединенных региональных стендов Крыма и Краснодарского края, регионов Северного Кавказа,

стендов Ростовской области, республик Коми и Адыгеи, Владимирской, Архангельской и Ярославской областей, Приморского края и многих других. Регионы Приволжского федерального округа традиционно выступили как проект «Великая Волга», а Дальний Восток и сибирские регионы встретились вместе на стенде «Восточное кольцо России».

В выставке приняли участие традиционные лидеры выездного турпотока россияне: Испания, Греция, Болгария, Египет, Китай, Румыния, Кипр. Отдельными стендами были представлены Узбекистан, Таджикистан, Республика Молдова, Белоруссия, Грузия, Латвия, Литва, Эстония и другие страны.

В рамках «Интурмаркета» прошло около 150 важных туристических деловых мероприятий, среди которых

Всероссийское совещание с представителями органов исполнительной власти субъектов РФ в сфере туризма под председательством главы Ростуризма Олега Сафонова, конференция по вопросам развития детского туризма, круглый стол по развитию въездного туризма совместно с маркетинговым агентством Visit Russia, Hotel Business Forum и многие другие. Делегация Министерства курортов и туризма Республики Крым во главе с руководителем Сергеем Стрельбицким презентовала туристические возможности полуострова.

Всего в «Интурмаркете» приняли участие 1340 компаний, количество посетителей превысило 72 тысячи человек.

Есть повод для оптимизма

Международная выставка МПТТ «Путешествия и туризм», которая в 23 раз состоялась в столице, хоть и уменьшилась в размерах, по оценкам участников рынка, прошла заметно активнее и даже «оптимистичнее», чем в прошлом году. «Несмотря на непростые времена для туротрасли, выставка вызвала интерес неожиданно большого количества представителей турбизнеса как из России, так и из зарубежных стран», — отмечает Светлана Баранова, PR-директор туроператора BSI Group.

На фоне отсутствия Турции одним из крупнейших участников МПТТ-2016 стало Министерство туризма Израиля. Впервые партнером выставки выступил израильский курорт Эйлат. Особо активным участием и яркими крупными стендами в этом году отметились такие направления, как Греция, Болгария, Испания, Италия, Португалия, Марокко, Китай, Корея, Япония, Иран, Доминикана, Мальдивы, а также страны СНГ, прежде всего Азербайджан, Беларусь, Узбекистан, Казахстан и Киргизия.

В отдельном павильоне была представлена экспозиция «Россия», в рамках которой более 50 российских регионов и курортов выступили отдельными стендами. Несмотря на кризис, в этом году в выставке приняли участие туроператоры «Натали Турс», «Библио Глобус», «АРТ-ТУР», «TUI Россия», PAC GROUP, «Балкан Экспресс» и ряд других.





На волне успеха

«Фестиваль круизов» стал знаковым событием в отрасли, — единодушно заявляют участники и гости мероприятия, которое состоялось 5 апреля в столичном отеле «Марриотт Новый Арбат». Организатором выступил ИД «Турбизнес» при поддержке Федерального агентства по туризму.

«У многих специализированных видов туризма — делового, медицинского, luxury — есть свои мероприятия, workshop, выставки.

У круизного рынка, который активно растет, до сей поры своего — отраслевого — мероприятия не было. Поэтому мы решили восполнить этот пробел», — заявил в приветственной речи Иван Калашников, генеральный директор ИД «Турбизнес».

В «Фестивале круизов» приняли участие 23 круизные компании: «Инфлот круизы и путешествия», Круизный Дом «МК»,

РАС GROUP, «Нептун», «ВИА МАРИС», Cruise Line («Болеро Интур»), ST. PETER LINE, круизная компания «ГАМА», Центр арктического туризма «Грумонт», «Инфофлот», «Мостурфлот», «ВодоходЪ», «НИКА», «Истлэнд», «Тартус Тур», Флотилия «Рэдиссон Ройал», Круизный флот «РУСИЧ», «Яр-яхтинг», Booking Flot, «Натали Турс», «Карлсон Туризм», «Клуб путешественников «Special», Silversea Cruises.

Интерес к первому на рынке профессиональному мероприятию, на котором максимально широко был представлен круизный сегмент, иначе как ажиотажным назвать нельзя: в течение дня его посетили 400 сотрудников турагентств и профильных компаний.

Программа фестиваля была очень насыщенной и разнообразной. В одном из залов на протяжении всего дня проходил workshop, где гости могли пообщаться с представителями круизных компаний, узнать об особенностях этого вида туризма, о предлагаемых ими программах и новинках. В других залах были организованы многочисленные мастер-классы и презентации.

О потенциале российского круизного туризма речь шла на пресс-конференции, в которой принял участие заместитель руководителя Ростуризма Сергей Корнеев. По его мнению, круизы — это один из самых перспективных и недооцененных видов туризма в России. «По оценкам европейских коллег, такого потенциала, которым обладают водные марш-

Более
400
представителей
туриндустрии посетили
«Фестиваль круизов»,

23
круизные компании
стали его участниками

Партнер мероприятия

ОДЫХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
РОССИЙСКИЙ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ФОРУМ

Home of Tourism

Партнер регистрации





1



2



3



4

1,4 Зал, где проходил workshop, всегда был полон: турагентов ожидало море операторских предложений и полезных контактов.

2,11 Что посоветовать туристу: морское путешествие по Средиземноморью? Или отправить его в круиз на Шпицберген? Представители туроператоров PAC GROUP и Центр арктического туризма «Грумант» знакомят агентов со своими продуктами.

3 Рабочий настрой «Фестивалю круизов» задавала пресс-конференция «Российский круизный туризм: точки роста». На фото: Ольга Санаева (PCT), Константин Анисимов («Мостурфлот»), Сергей Корнеев (Ростуризм), Валентин Елисеев (Ассоциация круизных операторов).

5 В перерывах между мастер-классами и workshop гости фестиваля участвовали в веселых конкурсах.

6 Деловое общение продолжалось до, во время и после окончания фестиваля.

7 Елена Карманова («ВИА МАРИС»): «Для того, чтобы продать круиз, надо захотеть его продать».

8 Александр Иванов («Инфлот круизы и путешествия»): «Морские круизы необходимо знать и понимать».

9 Участники панельной дискуссии «Особенности продажи круизов. Что ждет круизный рынок в 2016 году?»: Андрей Смолин («Водоходъ»), Александр Сахаров («Инфофлот»), Маргарита Атасунц (CruiseLine, «Болеро Интур»).

10 Новым взглядом на корпоративные мероприятия на борту круизных лайнеров делятся Михаил Корнышев («НИКА»), Светлана Гончарова («Мостурфлот») и Ольга Елисеева («Нептун»).



5



6



7



8



9

АНДРЕЙ СМОЛИН

АЛЕКСАНДР САХАРОВ

МАРГАРИТА АТ



10



11

МИХАИЛ КОРНЫШЕВ

СВЕТЛАНА ГОМЧАРОВА

ОНЬГ

СХЕМА КРУИЗА

- Лонгйрбейк
- Саксенфьорд
- Ваклифьорд
- Миксербухта
- Перанна
- Бухта Петуль
- Бухта Адальф
- Ледник Нюданшльда
- Скалская бухта
- Тронгсанна
- Ню-Олесунн
- Бухта Магдалена
- Ледник Снорренбург
- остров Хоффей
- Варенибуург

Средний ледниковый оледенение





СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ

Заместитель руководителя
Ростуризма

Весь мировой опыт показывает, что круизный туризм — это самый стабильный способ путешествий в мире. Почему? В круизном туризме много возвратных туристов, репитеров. Люди, которые попробовали этот вид туризма, возвращаются снова, поэтому круизный бизнес развивается во всем мире, и мода на него растет. Круиз — комфортное путешествие за вполне адекватные деньги с очень четкой программой, но при этом с возможностью большого выбора тех программ, которые предлагаются на берегу.

Фестиваль завершился лотереей: среди призов были путешественники, скидочные сертификаты, ценные сувениры и, в соответствии с темой мероприятия, речные и морские круизы

руты России, Золотое кольцо, Москва, Санкт-Петербург, с их насыщенной культурной программой, интересными местами, которые можно посещать неоднократно, нет нигде», — уверен Сергей Корнеев.

Константин Анисимов, председатель совета директоров компании «Мостурфлот», коснулся и проблемных мест. Среди них — устаревший флот, маловодье на некоторых участках Волги, нерешенные вопросы с речными вокзалами и причальными стенками в крупных городах. «Есть и хорошие новости: благодаря новому гидроузлу в районе села Константиново была возобновлена навигация по Оке от Москвы до Касимова», — рассказал спикер.

Что касается рынка морских круизов, то, по свидетельству Валентина Елисеева, президента Ассоциации круизных операторов (АКО), в прошлом году он «просел» примерно на 30%. Но с начала этого года уже наблюдаются признаки стабилизации ситуации, спрос восстанавливается, что внушает игрокам рынка осторожный оптимизм.

Экватором «Фестиваля круизов» стало заседание рабочей группы по подготовке программы национального туристического форума «Реки России», который пройдет 24–25 июня 2016 года в Завидово. Возглавила встречу руководитель Регионального совета РСТ Ольга Санаева. С ключевым докладом выступила генеральный директор официального оператора форума компании «КонкордБизнесСервис» Наталья Евневич. На заседании были затронуты проблемы, с которыми сталкиваются российские круизные компании, и принято решение активно привлекать СМИ для освещения и продвижения круизных путешествий.

Программа «Фестиваля круизов» также включала две дискуссионные панели «Особенности продажи круизов. Что ждет круизный рынок в 2016 году?» и «Новый взгляд на корпоративные мероприятия на борту круизных лайне-

ров». Участниками первой стали генеральный директор компании «Инфлот круизы и путешествия» Александр Иванов, руководитель круизного отдела компании CruiseLine («Болеро Интур») Маргарита Агасунц, директор по PR и маркетингу компании «ВИА МАРИС» Елена Карманова, коммерческий директор компании «ВодоходЪ» Андрей Смолин, генеральный директор компании «Инфофлот» Александр Сахаров. На второй дискуссионной панели выступили заместитель генерального директора компании «Мостурфлот» Светлана Гончарова, генеральный директор компании «Нептун» Ольга Елисеева, исполнительный директор компании «НИКА» Михаил Корнышев.

То, что «Фестиваль круизов» прошел успешно, подтверждает множество положительных отзывов и благодарностей. «Фестиваль круизов» — очень важное и значимое мероприятие для туристической индустрии. Он позволил объединить практически всех участников круизного сегмента рынка, что оказалось очень эффективным», — отмечает Сергей Медведев, руководитель московского офиса агентских продаж компании ST.PETER LINE.

Константин Терехов, генеральный директор компании «Технотур», один из гостей фестиваля, высоко оценивает его формат. «Место проведения — удобное, состав участников — отличный, организация мастер-классов — четкая и продуманная», — говорит он.

«Я получила колоссальное удовольствие от фестиваля и мастер-класса, после которого поняла, что у людей есть интерес и желание заниматься круизным направлением и развивать его», — признается Анастасия Капрова, исполнительный директор туроператора «ТАРТУС-ТУР».

Организаторы «Фестиваля круизов» заявили о том, что мероприятие будет ежегодным, и даже планируют расширить его географию. Попутного нам ветра! **ТБ**



РЕКИ РОССИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ФОРУМ



**ВСЕ О РЕЧНОМ КРУИЗНОМ,
ЯХТЕННОМ, ВОДНОМ ТУРИЗМЕ
И РАЗВИТИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ**

24–25 ИЮНЯ 2016

**РЭДИССОН РЕЗОРТ ЗАВИДОВО,
КОНАКОВСКИЙ РАЙОН ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ
(АКВАТОРИЯ ИВАНЬКОВСКОГО ВОДОХРАНИЛИЩА)**

ГЛАВНАЯ ТЕМА:

«СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ
КОМПЛЕКСНОГО РАЗВИТИЯ
РЕЧНОГО ТУРИЗМА
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ЦЕНТРАЛЬНОЕ СОБЫТИЕ:

САММИТ МЭРОВ ГОРОДОВ,
РАСПОЛОЖЕННЫХ ВДОЛЬ КРУИЗНЫХ
И ЯХТЕННЫХ МАРШРУТОВ,
«РАЗВИТИЕ ПРИБРЕЖНЫХ ГОРОДОВ:
ЗОНЫ РОСТА»

ЗАСЕДАНИЕ ПОДГРУППЫ
ПО РАЗВИТИЮ РЕЧНОГО ТУРИЗМА
РАБОЧЕЙ ГРУППЫ ПРЕЗИДИУМА
ГОСУДАРСТВЕННОГО СОВЕТА
«О РАЗВИТИИ ВНУТРЕННИХ ВОДНЫХ
ПУТЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

РЕГИСТРАЦИЯ НА САЙТЕ
www.cruiseforum2016.ru

ЗАДАЧИ ФОРУМА:

- открытое обсуждение стратегической модели развития внутренних водных путей в Российской Федерации;
- выработка новых эффективных решений по повышению конкурентоспособности российских регионов на международном рынке речного и яхтенного туризма;
- наглядная демонстрация уникальных технологий и практик в сфере создания инфраструктуры круизного и яхтенного туризма;
- продвижение компаний, наиболее активно развивающих эти направления туризма.

К УЧАСТИЮ В ФОРУМЕ ПРИГЛАШАЮТСЯ:

профильные министерства и ведомства, специалисты и эксперты отрасли, организаторы круизных и яхтенных маршрутов, туристские ассоциации, ассоциации судовладельцев, речные судоходные компании, некоммерческие партнерства, объединения предпринимателей, общественные и молодежные организации, девелоперские организации по развитию прибрежных территорий, сервисные компании, музейные комплексы, производители оборудования, яхт-клубы, системы бронирования, платежные системы, учебные заведения, готовящие кадры для отрасли, федеральные и отраслевые СМИ и медиасообщества.

КОНТАКТЫ:

Директор Форума — Васильева Марина Владимировна
тел. +7(903)6651258, бесплатная горячая линия 8(800)7001375,
registration@cruiseforum2016.ru

ОРГАНИЗАТОР ПРОЕКТА



ФЕДЕРАЛЬНОЕ
АГЕНТСТВО
ПО ТУРИЗМУ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



ПРАВИТЕЛЬСТВО
ТВЕРСКОЙ
ОБЛАСТИ



НАЦИОНАЛЬНАЯ
ПАЛАТА СУДОХОДСТВА



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

ЗАВИДОВО
«Завидово Девелопмент»

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР

Турбизнес
ИВАНЬКОВСКИЙ ДОМ • 1977 г.

НОВЫЙ ЗАКОН — НОВЫЕ ТЕРНИИ



Новая редакция закона «Об основах туристской деятельности в РФ», вступление в силу которого запланировано на следующий год, вызывает множество вопросов и споров в профессиональном сообществе. Какие страхи участников рынка действительно обоснованны? Что надо знать операторам и агентам и к чему, собственно, им готовиться? Рассказывает учредитель юридического агентства «Персона Грата» ГЕОРГИЙ МОХОВ.

Новая редакция закона о туризме, который вступит в силу 1 января 2017 года, а в отдельных частях — с 2018 года, вызывает большие нарекания со стороны туристической общественности. Деятельность операторов в сфере выездного туризма серьезно усложняется и становится очень дорогой. Так, минимальный размер финансового обеспечения для новых туроператорских компаний увеличен до 50 млн рублей, то есть за страховку им придется заплатить порядка 500 тысяч рублей. Кроме того, уплачивается взнос в «Турпомощь» и в фонд персональной ответственности — по 100 тысяч рублей. Для действующих туроператоров продление статуса для выездного туризма также становится дороже.

Другой пример. Согласно новым правилам, для должностных лиц туроператоров вводятся серьезные квалификационные требования — отсутствие неснятой судимости, отсутствие административных правонарушений в туристической сфере и прочие ограничения. Перечень необходимых документов, которые нужно будет предоставлять для получения статуса оператора, будет утвержден Правительством РФ. Могу предположить, что в него войдет, например, справка об отсутствии судимости, которую получить крайне хлопотно. Все это создает дополнительное обременение для тех, кто решит вести туроператорскую деятельность.

Ряд ключевых изменений в законе касается работы объединения туроператоров по выездному туризму «Турпомощь». Одно изменение чисто техническое: компенсационный фонд переименовывается в резервный для того, чтобы не подвергать его налогообложению.

Соответствующие поправки вносятся и в налоговое законодательство.

При «Турпомощи» появляется так называемый фонд персональной ответственности туроператора. В него туроператор должен будет перечислять 1% от объема реализации турпродукта за предыдущий год. Многие туроператоры буквально вздрогнули, когда увидели эту цифру, так как 1% от оборота — это очень много при средней маржинальности операторского бизнеса в 3–5%. Этот 1% нужно будет уплачивать поквартально. При накоплении в фонде персональной ответственности не менее 7% от общей годовой цены турпродукта уплата в фонд останавливается и также можно не оформлять финобеспечение.

Мне трудно представить, как туроператоры будут формировать этот фонд: очень сложно сделать расчеты по реализации именно турпродукта, отделив их от расчетов от реализации авиабилетов и других туристических услуг. При этом трудности будут испытывать не только операторы, но и Ростуризм с «Турпомощью», ведь им нужно будет проверять правильность указанных объемов.

Другими словами, фонд персональной ответственности — это некий инструмент финансового резервирования, где будет накапливаться сумма, которая послужит для исполнения обязательств перед туристами, если им будет причинен ущерб вследствие недобросовестности оператора. Может быть, стоило сделать иначе, но других методов обеспечения финансовой устойчивости туроператора, кроме резервирования, на данный момент не придумали. Туроператорский бизнес очень специфичен, отсутствует материальная база, не накапливается имущество, не на что обращать взыскание; когда оператор банкротится — после него остается лишь набор подержанной мебели и усталые сотрудники. Не знаю, будут ли участники рынка честно отражать размер своих оборотов. Однозначно лишь то, что новые поправки в закон станут для ряда компаний серьезным препятствием, и общее количество туроператоров на рынке выездного туризма еще сократится.

Пожалуй, самый «болезненный» момент в законе касается поправки о работе турагента по поручению туроператора. В закон внесена обязанность турагента в случае, если он работает от имени туроператора, предоставлять туристу доверенность от туроператора. Сейчас такая схема взаимоотношений практически никогда не применяется. Почему? Потому что при таком варианте ответственность по

договору с туристом с момента его заключения, независимо от того, дошли деньги до туроператора или нет, лежит на последнем. Это крайне рискованно, и туроператоры на это не идут.

По сути, сегодняшнее изменение закона переводит формат работы агента в формат работы коммерческого представителя. Если туроператоры решатся наделить свои агентства такими полномочиями, необходимо будет переделать все договоры и переформатировать отношения по всей цепочке реализации турпродукта.

Может ли вообще турагент действовать от имени туроператора, не противоречит ли это смыслу его предпринимательской деятельности? Ведь турагент — это не просто доверенное лицо, которое подписывает договор, он также оказывает услуги по информированию туриста, по продвижению турпродукта, оформлению документов и так далее. Наши законодатели упорно настаивали на поправке «от имени и по поручению». Тем не менее эта формулировка в закон не вошла, из чего можно сделать вывод, что закон не запрещает другого способа взаимодействия между туроператорами и турагентами.

На мой взгляд, ситуация будет складываться следующим образом. Туроператоры решатся предоставить полномочия действовать от своего имени лишь определенному набору доверенных агентств, при этом с них они будут брать депозиты, которые бы обеспечивали расчеты по договору, либо применять другие гарантирующие способы, например, поручительство физлиц или гарантии агентских сетей. Как будут работать другие агентства? Сотрудничать с операторами по договорам иного правового вида, что, повторюсь, легально, но лишает турагента «агентского» статуса.

Я не могу с точностью сказать, как будет выглядеть российский туристический рынок с юридической точки зрения в следующем году. Много будет зависеть от состояния отрасли в целом. Агентам необходимо наладить диалог с представителями реального туроперейтинга и совместно выбирать ту схему взаимодействия, которая бы позволила выжить и тем, и другим. Я уверен в одном — туристический бизнес найдет, как подстроиться под новые требования закона, был бы платежеспособный спрос, клиент, который приносит деньги. Туризм чрезвычайно зависим от внешних факторов — геополитических, экономических, природных, и нам нужно адаптироваться к постоянной турбулентности рынка. **ТЕ**




СТАТЬЯ 9, ЧАСТЬ 6

Продвижение и реализация туристского продукта осуществляются турагентом на основании договора, заключенного туроператором и турагентом. Турагент осуществляет продвижение и реализацию туристского продукта по поручению туроператора.

СТАТЬЯ 101, ЧАСТИ 10, 11

При реализации турагентом туристского продукта турагент предоставляет туристу и (или) иному заказчику копию доверенности, выданной туроператором, на заключение от имени туроператора договоров о реализации сформированного им туристского продукта.

Турагент несет предусмотренную законодательством Российской Федерации ответственность перед туристом и (или) иным заказчиком за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязанностей, предусмотренных договором о реализации туристского продукта.



Битва при реестре

С 16 марта на базе туроператорского объединения «Турпомощь» в полноценном режиме функционирует реестр турагентств. Мнения участников рынка по поводу его целесообразности разделились. Основная претензия противников — несоответствие организации реестра турагентств уставу «Турпомощи».

ТЕКСТ АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

Поручение о создании реестра турагентств на базе общественного объединения дал Владимир Путин во время заседания Госсовета по развитию внутреннего туризма. По словам президента, «создание такого реестра поможет обеспечить контроль и прозрачность всего технологического цикла — от производства турпродукта до его реализации, позволит задать высокие профессиональные требования и корпоративные стандарты внутри туристической отрасли, усилить ответственность агентства перед конечным потребителем».

По новому закону о туристской деятельности, который был принят в марте, агенты будут обязаны регистрироваться в реестре с 1 января 2017 года. Пока он будет добровольным. За членство в реестре «Турпомощи» агентствам предлагается заплатить одну тысячу рублей, собранные деньги будут направляться на его техническое сопровождение.

НАЧАЛО ПОЛОЖЕНО

«Последние три месяца проект реестра, призванный оградить потребителей от недобросовестных агентов и фирм-однодневок, работал в тестовом режиме, ожидая замечаний от бизнеса. Их не поступило, а вот вступить в реестр уже изъявили

желание 1,5 тысячи турагентств, — говорит директор «Турпомощи» Александр Осауленко. — Мы сейчас занимаемся первым, техническим этапом — наполнением, основываясь на данных, которые получили в тестовом режиме. На сегодняшний день мы ввели 900 агентств».

По его словам, активно заявки на вступление в реестр присылают как столичные, так и региональные агентства. «Рынок понимает, что созданный реестр — прямая защита потребителя от недобросовестных компаний. Сейчас наша цель — отточить, сформировать механизм, чтобы он мог беспрепятственно функционировать», — подчеркивает Александр Осауленко.

Схему работы директор ассоциации описывает следующим образом: после вступления агентства в реестр, ему будет присвоен номер, под которым агентство будет заключать договор с туроператором или сетями. После этого туроператор или сеть подает сведения о турагентстве, с которым заключено соглашение, и информация об этом агентстве активируется на портале «Турпомощи», доступном для туриста.

ЗА И ПРОТИВ

Создание реестра турагентств на базе «Турпомощи» до сих пор вызывает вопросы у некоторых представителей отрасли. Так, отраслевые объединения в лице АТОР и АТА выступают

**СЕРГЕЙ АГАФОНОВ**

Генеральный директор «Сети магазинов горящих путевок», председатель правления СТА

Реестр при «Турпомощи» является мощным посылом клиенту о надежности турагентского рынка, ведь сейчас этот сегмент никак не защищен. Ведение реестра позволит создать своего рода фильтр, который будет отсекаать агентов, оказывающих некачественные услуги туристам, что, в свою очередь, оздоровит рынок.

**МАЙЯ ЛОМИДЗЕ**

Исполнительный директор Ассоциации туроператоров России

Главное, чтобы реестр не стал формальной организацией. Он не может существовать только как список, который формируется по заявительному принципу: кто захотел, тот и подал документы. Такой реестр агентств уже вел Роспотребнадзор. Сейчас должны быть квалификационные, финансовые требования.

**АЛЕКСАН МКРТЧЯН**

Директор ростовской туркомпании и сети турагентств «Розовый слон»

Мы не против создания реестра, но не в таком виде. Инициатива «Турпомощи» не соответствует поручениям президента, в них совершенно четко сказано, что реестр должен быть федеральным. Это значит, что реестром агентств должен заниматься госорган на бесплатной основе.

**АНДРЕЙ ГАВРИЛОВ**

Президент Альянса туристических агентств

Считаю, что дальнейшее обсуждение вопроса в настоящее время преждевременно. Полагаю, что реальную ситуацию определит новый законопроект, который должно подготовить Министерство культуры в соответствии с поручением президента о создании единого федерального реестра турагентов.

против, тогда как СТА, напротив, поддерживает идею создания такого института на базе туроператорского объединения и на платной основе.

Алексан Мкртчян, директор ростовской туркомпании и сети турагентств «Розовый слон», считает, что реестр должен быть создан при Ростуризме как единственном органе исполнительной власти в туризме. «Владимир Путин говорил о необходимости создания федерального реестра турагентств. Когда речь идет о федеральном реестре, это означает, что он должен быть создан при государственном органе исполнительной власти, к которому не относится «Турпомощь». Потому АТА и я как член правления считаем, что реестр должен быть создан именно при Ростуризме», — объясняет он.

Эксперт также выступает против платной основы. По его словам, турагентства сейчас переживают непростой период — падают обороты, снижаются доходы — поэтому дополнительное финансовое обременение для них сейчас просто неуместно.

Рашад Мамедов, генеральный директор группы компаний TBS, хотя и является членом АТА, не видит проблемы в том, чтобы агентский реестр был организован на базе «Турпомощи». «Турпомощь» поддерживает Ростуризм, являющийся государственным органом исполнительной власти, поэтому мы положительно относимся к идее создания реестра при этой ассоциации», — отмечает он. Эксперт уверен, что создание реестра поможет оградить потребителей от недобросовестных агентов, сделав работу турагентского рынка прозрачной, позволит ввести стандарты. Например, запретить агентствам делать скидки, «убивающие» рынок, препятствовать появлению фирм-однодневок, которые заведомо не собираются исполнять свои обязательства перед туристами.

На заявления противников о том, что некоторые отраслевые объединения уже ведут реестры, Александр Осауленко отвечает:

«Противоречий между профобъединениями и вновь создаваемым реестром нет. У нас разный функционал».

Сергей Агафонов, председатель правления СТА, поддерживает коллегу: «Да, на базе других общественных организаций уже существуют реестры турагентств (АТА, АТОР, РСТ), но полноценной информации они не предоставляют, не происходит полного среза турагентского рынка. Зачастую туроператоры не афишируют своих агентов из-за соображений конкуренции. «Турпомощь» — единственная в своем роде организация, которая в полной мере отображает ситуацию, а также является единственной общественной организацией, подконтрольной государству».

В АТОР же напоминают, что ведение реестра, например, при Роспотребнадзоре не смогло уберечь как туристов, так и туроператоров от недобросовестных предпринимателей. Остается неясным, как это удастся «Турпомощи».

Сергей Агафонов поясняет, что на базе «Турпомощи» уже функционирует единый реестр туроператоров и выработана четкая техника взаимодействия с операторским рынком. «Это и позволит «Турпомощи» оперативно координировать взаимодействие агентского рынка с операторским (информация о турагентствах будут предоставляться туроператорами, сведения о которых аккумулированы в «Турпомощи»), и тем самым оздоравливать рынок туристической розницы», — уверен он.

Несмотря на разгоревшиеся вокруг реестра споры, многие участники рынка относятся к предмету разногласий с изрядной долей скепсиса. Свою позицию они описывают примерно так: «Одним реестром больше, одним — меньше. Как статистический инструмент он полезен, но насчет его положительного влияния на рынок есть большие сомнения. Главное, чтобы реестр не оброс дополнительными требованиями и не стал барьером для агентского рынка». **ТБ**

ТБИЛИСИ

УЗБЕКИСТАН



БАКУ



По доброй памяти к соседям

В высокий сезон лета 2016 года турпоток из России в такие страны, как Азербайджан, Армения, Грузия и Узбекистан, наверняка вырастет. Однако рассчитывать на то, что уже сейчас по объемам они смогут соревноваться с российскими «пляжными» курортами, а также наиболее популярными зарубежными направлениями, не приходится.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Что касается оценок общего въездного турпотока в эти страны, тут в лидерах Грузия: согласно официальным данным ее туристических властей, в прошлом году туда приехало 5,9 млн зарубежных туристов. В свою очередь, Азербайджан принял около 2,5 млн туристов из-за рубежа, Узбекистан — примерно 2 млн, а Армения — 1,2 млн интуристов. При этом во всех названных странах гости из России в структуре общего турпотока составляют от 10–15% (Узбекистан) до 35–45% (Армения).

Вместе с тем реальные объемы «чистого» туризма на каждом из направлений неясны. По официальным данным Росстата, в Грузии и Азербайджане по итогам 2015-го (туда совершено 667,7 и 631,7 тысячи поездок соответственно) туристическими признают лишь 44,7 и 39,4 тысячи — остальные считают частными. По новой же методике, применяемой с 2014 года, цифры Росстата совсем другие: в Грузию (за 11 месяцев 2015-го) совершено уже 506 тысяч туристических поездок россиян, а в Азербайджан — 460 тысяч.

Почему «наши» едут туда? Эксперты уверены, что две основные причины — близость и безопасность. Не последнюю роль играют и такие важные факторы, как наличие безвизового режима и отсутствие языкового барьера. А еще многими из тех, кто сейчас способен платить за отдых, движет ностальгия по былым путешествиям. Ведь для них побывать в Ереване, Батуми, Бухаре или Баку — все равно что включить машину времени, способную переместить их лет на 30–35 назад.

Эксперты свидетельствуют: интерес к отдыху в бывших республиках СССР растет. Вместе с тем генеральный директор компании «Дельфин» Сергей Ромашкин не склонен преувеличивать их роль. «Количество бронирований туров в Грузию, Армению и Азербайджан выросло на 50%, но это не массовые направления, — оценивает он. — Если говорить о групповом туризме, то, в зависимости от страны, речь в лучшем случае может идти об объемах от 30 до 300 тысяч человек». Примерно такую же оценку туристическим перспективам стран СНГ и Грузии дает и директор по продажам НТК «Интурист» Сергей Толчин. «Да, спрос на Армению или Азербайджан вырос в несколько раз, но о значимых для рынка объемах речь пока не идет», — констатирует он.

Если учесть, что Крым в этом году обещает принять 5 млн, а Краснодарский край — 14 млн туристов, не согласиться трудно. Вместе с тем практически все уверены — «ближний» туризм все же обладает запасом перспективности.

ГРУЗИЯ

«Наша цель — к 2025 году увеличить доходы от туризма с нынешних \$1,8 млрд до \$5,5 млрд, — заявил недавно министр экономики Грузии Давид Кумсиашвили. — И мы точно знаем, сколько и каких туристов надо привлечь за это время».

Амбиции Грузии обоснованны: по оценке руководителя Национальной администрации туризма (НАТ) Георгия Чоговадзе, с 2009 года страна по объему доходов отрасли растет намного быстрее, чем в среднем по миру, а уже четвертый год подряд число зарубежных гостей превышает население страны. Среди наиболее перспективных направлений здесь называют горнолыжный, оздоровительный и «пляжный» виды туризма, а также некоторые другие (включая деловой, экологический и активный). По данным НАТ, в январе 2016 года число посетивших Грузию россиян достигло рекордного за 10 лет уровня: за месяц страну посетили 44,2 тысячи человек.

Туристов привлекают не только красивая природа и богатая культура: сейчас Грузия обладает и развитой туристической инфраструктурой. Здесь работает около 1,5 тысячи объектов размещения на более чем 51 тысячу мест. Только в 2015 году в Тбилиси открыли 11 новых гостиниц, в Батуми — четыре, и по одной — в Джарри, Самцхе-Джавахети и Боржоме. По словам Георгия Чоговадзе, до конца 2017 года в Грузии завершится строительство еще 13 новых гостиниц.



ВЛАДЛЕНА ШЕВЧЕНКО
Генеральный директор Capital Georgia Travel (Грузия)

За последний год поток туристов из России в Грузию вырос на 30–40%: безвизовый режим, отсутствие языкового барьера и близость расположения привлекают туристов в нашу страну. Стоит только раз побывать в Грузии, почувствовать гостеприимство нашего народа, испробовать национальные блюда и вина — и вы безвозвратно влюбитесь в Сакартвело. Если вас интересует экстрим и горнолыжный спорт, стоит отправиться в Гудаури. Если влекут изысканные вина, посетите Кахетию, столицу виноделия и винного туризма. Главные лечебные курорты Боржоме, Ликани и Саирме на основе минеральных вод принимают тысячи туристов из разных стран мира. А море и пальмы ждут в Батуми.

Крепость Нарикала, башни которой видны из всех частей Старого Тбилиси





Храм Успения Пресвятой Богородицы (XI–XIII вв.) в Тимотесубани

ГРУЗИЯ ТОП-5

- 1 Старый и Новый Тбилиси.** Отправная точка для начала экскурсий по Грузии.
- 2 Древний город Мцхета, первая столица страны.** Здесь в 337 году христианство провозгласили государственной религией Грузии.
- 3 Пещерный монастырь Вардзия.** Один из древнейших мужских монастырей Грузии. Был основан более девяти веков назад как крепость-монастырь.
- 4 Давидо-Гареджийский монастырский комплекс (VI век).** Комплекс грузинских пещерных монастырей. Государственная граница между Грузией и Азербайджаном делит его на две части.
- 5 Сванские башни** — символ горной области Сванетия.

ниц, соответствующих современным стандартам. Включая даже отель уровня 7* (Тбилиси), который войдет в сеть Millennium Hotel. Учитывая тренд времени, в Грузии намерены развивать и систему all inclusive. «С учетом приема большого числа россиян, привыкших к ней, нам надо ориентировать на это бизнес», — считает Георгий Чоговадзе.

Что касается «пляжного» туризма, то здесь главным курортом Грузии считают Батуми, который славится и множеством фестивалей международного уровня. По словам директора по развитию питерской компании «Матрешка-тур» Вероники Самохи, в 2016-м на этот курорт возлагаются особые надежды: с мая в Петербурге появится регулярный рейс «Уральских авиалиний» в Батуми. «А если есть надежная перевозка — будет расти и турпоток», — уверена эксперт.

Уверены в перспективности Грузии и во многих других российских турфирмах: в 2016-м на направление вышли и амбициозные новички. Такие как «Натали Турс», предложившая клиентам сразу несколько вариантов поездок — от коротких сити-туров в Тбилиси и «пляжных» в Батуми до программ продолжительностью до 14 ночей, предусматривающих знакомство с разными регионами страны.

АРМЕНИЯ

По оценке начальника управления туризма Министерства экономики республики Мехака Апресяна, в 2015 году количество зарубежных туристов в Армении составило 1,192 млн человек — на 1% ниже аналогичного показателя в 2014-м.

Произошло это по объяснимым причинам: ранее россияне составляли до 45% въездного турпотока в страну, а в последнее время стали предпочитать собственные курорты. В результате Армения была вынуждена срочно искать россиянам замену. И нашла: по итогам 2015-го число туристов из США увеличилось здесь на 40%, а из Ирана — на 24%. «Армению стали посещать не только туристы из стран, и ранее генерировав-



Вид на монастырь Хор-Вирап, на заднем плане — Арарат

ших турпоток, но и из Японии, Малайзии, Кореи и Латинской Америки», — сообщает Мехак Апресян.

Согласно Стратегии развития туризма в Армении до 2030 года, основными «поставщиками» туристов в страну являются Россия и Грузия, а вслед за ними располагаются Иран, США, Франция, Германия и Украина. «Чистых» туристов насчитывают всего 12%, в то время как на частные визиты друзей и родственников, проживающих за рубежом, приходится 45%. Правда, в этом есть плюс: они приезжают в Армению надолго, и в результате средняя продолжительность пребывания туриста в стране составляет 20 дней. В целом же мировая армянская диаспора формирует 62% всего въездного турпотока в страну.

Гостиниц в Ереване, основной туристической дестинации республики, достаточно, и они вполне качественные. В стране имеется до 25 тысяч мест в отелях, а к 2020-му их количество намерены увеличить более чем вдвое. В 2015 году в Армении открылось четыре новые гостиницы, в числе которых Hilton в Ереване и Hyatt в Джермуке. Появляются они не только в столице, но и в других местах, привле-





© MRANDREW47/WIKIMEDIA.ORG



АЛЕКСАНДР КУЗНЕЦОВ
 Менеджер отдела въездного
 туризма компании
 «Армения Тревел» (Армения)

С появлением конкурентоспособных пакетных туров, которые для россиян могли стать альтернативой дорожающим выездам в европейские страны, в 2014–2015 годах на фоне официального снижения турпотока из России в Армению количество организованных туристов значительно возросло (по оценкам профессионалов отрасли, до 50% в год). Принимающим туроператорам Армении и крупным российским компаниям удалось предложить туры по низким ценам, которые сопоставимы с лучшими на европейских направлениях. Основной турпродукт на армянском направлении — паломнические и экскурсионные туры, особенно популярны среди россиян недельные поездки и туры выходного дня.

кательных для туристов. «В ближайшие годы это приведет к существенному снижению цен в гостиничном сегменте, став стимулом для дальнейшего развития туризма в стране», — уверен заместитель министра экономики Армении по вопросам туризма Ара Петросян.

По оценке Александра Кузнецова, менеджера компании «Армения Тревел», одновременно с ростом популярности Армении среди россиян будет происходить диверсификация предложений, и к традиционным паломническим и экскурсионным турам добавятся пакеты горнолыжного отдыха (Цахкадзор), лечебного туризма (Джермук) и семейного отдыха (озеро Севан). Кроме того, страна располагает большим потенциалом развития делового и специализированных видов туризма (археологического, экологического, спортивного и других).

АЗЕРБАЙДЖАН

«Из прибывающих к нам 2,5 млн иностранных граждан 700–800 тысяч приезжали из РФ, и если выездной поток из России сокращается,

это сказывается и на наших показателях», — так оценивает ситуацию министр культуры и туризма Азербайджана Абульфас Гараев.

Вместе с тем, по его данным, география въезда в страну расширяется: Азербайджан стали больше посещать граждане государств Персидского залива, Европы и Латинской Америки. «Поток туристов увеличивается из тех стран, в которых мы участвуем в туристических ярмарках», — отмечает министр. И, потеряв часть туристов из Грузии, России и Ирана, Азербайджан увеличил количество гостей из Великобритании, Франции, Италии, Германии, США, ОАЭ и стран Азии (примерно на 10%). Однако и здесь, по оценке местных туристических властей, большую часть въездного потока составляют «наши соотечественники с российскими паспортами, проживающие в РФ, систематически приезжающие навестить родственников или на каникулы».

Вместе с тем в Азербайджане тоже намерены реализовать амбициозные планы в сфере туризма. Предпосылки есть: по данным министерства культуры и туризма, с 2006 года число

АРМЕНИЯ ТОП-5

- 1 Ереван** — один из древнейших городов мира. Был основан как урартская крепость Эребуни в 782 г. до н. э.
- 2 Эчмиадзин.** Армения стала первой в мире страной, которая приняла христианство на государственном уровне: это произошло в 301 году. В Эчмиадзине хранятся главные святыни Армянской церкви — наконечник Святого Копья и частица Ноева ковчега.
- 3 Севан** — пресноводное высокогорное озеро. На холме Севанского полуострова стоит монастырь Севанаванк IX века.
- 4 Монастырь Гегард,** основанный в I веке. В его скальных храмах организуют концерты армянской духовной музыки.
- 5 Цахкадзор** — легендарный горнолыжный курорт, где в советские времена проходили подготовку олимпийские сборные. Сезон длится с начала декабря до середины марта.



© WWW.DREAMLIGHT.AZ

Панорама Баку



Монастырь Гегард
 © KAMALYAN001/WIKIMEDIA.ORG

АЗЕРБАЙДЖАН ТОП-5

- 1 В Баку множество достопримечательностей, одна из них — **Девичья башня**. Неподалеку от города находится горящая гора Янардаг.
- 2 **Габала**. Город с древней историей, бывший центром Кавказской Албании, а затем Ширваншанских и Шекинских ханств. В 2013 году объявлен Культурной столицей СНГ.
- 3 **Шеки**. Гордость города — Королевский дворец Шекинских ханов (XVIII).
- 4 **Шамакха**. Знаменитая Шамакханская царица из произведения Пушкина родом именно отсюда. Кроме исторических достопримечательностей славится необычайно красивой природой.
- 5 **Губа**. Город расположен на склонах Великого Кавказа около горы Шахдаг. Отсюда можно доехать до чуда природы водопада Афруджа и посетить древнюю деревню Хыналыг. Здесь же находится первый и лучший в Азербайджане горнолыжный курорт Шахдаг.



Девичья башня

© INTERFASE/WIKIMEDIA.ORG



АЛЛА АРРИЕТА КОРДОВЕС
Директор по PR оператора
TOUR A VENT

В связи с закрытием популярных у россиян стран нельзя не отметить активизацию поиска новых направлений. При этом важны относительная близость к России (полет до 4,5 часов), пакетные туры и доступные цены, наличие русскоговорящего населения, «пляжный» отдых, культурное наследие, красивая природа, горы. И все это есть в Азербайджане. При этом мы не собираемся «оттягивать» часть зарубежного турпотока, а предлагаем абсолютно новый турпродукт, который займет свою нишу на туристическом рынке и очень скоро найдет отклик в сердцах российских туристов.

прибывших в Азербайджан туристов увеличилось более чем вдвое, а доля прямого вклада туризма в ВВП уже составила 2,2%. Азербайджан, по словам Абульфаса Гараева, ставит перед собой задачу довести количество туристов, въезжающих в страну, до 5 млн человек в год в ближайшую пятилетку: в стране планируют создать семь туристических зон. Например, Шахдаг станет центром лыжного туризма. Однако конкурировать с Турцией и другими странами, расположенными на берегах южных морей, в Азербайджане не будут. «Предлагать дешевые услуги и низкие цены, по крайней мере в ближайшем будущем, мы не намерены», — заявил Абульфас Гараев.

Начиная с 2011 года число гостиниц в Азербайджане непрерывно растет: в настоящее время их насчитывается уже около 530 с общим количеством номеров примерно в 38 тысяч. При этом только за 2014 год номерной фонд вырос на 7%, а численность сотрудников гостиниц — на 5,8%. Самое главное — серьезно изменился качественный уровень отелей. Например, в Баку уже 15 сетевых отелей, находящихся под международным управлением. «Открытие новых отелей как в Баку, так и в регионах Азербайджана, позволяет нам отвечать на запросы групп с разным количеством участников, — констатирует управляющий партнер Green Code Эмиль Абдулазаде. — При этом уровень сервиса в отелях соответствует международным нормам».

«У отдыха в Азербайджане есть несколько сильных сторон: страна расположена в 9 из 11 существующих климатических зон и интересна для круглогодичного отдыха, — полагает Алла Арриета Кордовес, директор по PR оператора TOUR A VENT. — Здесь сильная отельная база, а наличие пакетных туров позволяет получить комфортный интересный отдых по приемлемой цене».

УЗБЕКИСТАН

По оценкам заместителя председателя Национальной компании «Узбектуризм» Анвара Темирходжаева, в 2015 году Узбекистан посетили около 2 млн зарубежных туристов из 70 стран мира.

При этом туры в Узбекистан пользуются спросом как у европейцев (в основном у граждан Германии, Франции и Италии), так и у жителей других стран (в частности, Китая и Южной Кореи, а также Малайзии и других государств ЮВА). Довольно много приезжает и россияне: по официальным сведениям, ежегодно в Узбекистане их бывает около 150 тысяч. Но точных сведений о том, каков объем «пакетных» туристов, нет. «Направление было забыто российскими туристами, но сейчас активно возрождается, — говорит по этому поводу Ихтиар Нуруллаев, директор компании «Самарканд Ренессанс». — Мы всегда рады российским туристам и делаем все возможное для того, чтобы их отдых был полноценным».

Анвар Темирходжаев уверен: архитектурно-исторические памятники и разнообразие природы наряду с безопасностью, безвизовым режимом, отсутствием языкового барьера и доступностью турпакета вполне могут привлечь большее количество российских туристов. А в качестве привлекательных для них видов туризма он называет не только традиционный экскурсионный, но и экоприключенческий, гастрономический и активный (альпинизм, конные туры, сафари на верблюдах, рафтинг, горнолыжный и другие).

Есть ли условия для приема россиян? По официальным данным, в Узбекистане создана вся



НАБИЖОН КАСИМОВ
Руководитель Ассоциации
частных туристических
организаций Узбекистана (АЧТО)

В советские времена Узбекистан был в числе наиболее популярных туристических направлений: специализированные туристические поезда прибывали в Ташкент и Самарканд буквально со всех концов Советского Союза. Сейчас у нас есть возможность заново открыть страну для российских туристов. Причем сделать это предстоит на другом уровне с целью показать, что Узбекистан способен предложить не только экскурсионный туризм, но и многие другие его виды. Могу с уверенностью сказать, что наш турбизнес к взаимовыгодному сотрудничеству с российскими коллегами готов.



Самое высокое сооружение Старой Бухары — минарет Калон

© EUYASIK/WIKIMEDIA.ORG

необходимая инфраструктура. В частности, работает более 500 средств размещения вместимостью свыше 50 тысяч мест. В том числе под брендами Radisson Blu, Lotte, Ramada, Wyndham, к которым скоро добавятся Hyatt и Hilton. Если добавить наличие сразу 11 международных аэропортов с широкой маршрутной сетью, высокоскоростных поездов и другой качественной инфраструктуры, Узбекистану есть чем склонить россиян к возвращению в качестве туристов.

Причем теперь «наших» могут привлечь не только хорошо известные им ранее Самарканд, Бухара или Хива, но и такие места, как Нукус. Например, в музее искусств Каракалпакстана собрана одна из лучших в мире коллекций русского живописного авангарда. В экскурсии включают посещение древних бань, верблюжьих ферм и уникального пустынного озера Айдаркуль. Имеются в Узбекистане и горнолыжные курорты (Чимган, Бельдерсай).

«УЗКИЕ» МЕСТА

Несмотря на разницу в развитии туристической инфраструктуры и другие особенности названных стран, есть у них и общие проблемы, которые сдерживают турпоток из России.

Первая из них — стоимость услуг, под которой подразумеваются как перелет, так и размещение. Увы, практики говорят о том, что и цена билетов на самолет (поскольку чартеров нет), и стоимость отелей «оставляет желать»: практически везде не хватает недорогого, но при этом качественного размещения. «Росту числа клас-

сических туристов из России препятствовали высокая стоимость туристских услуг и авиабилетов, а также слабое продвижение Армении как туристской дестинации в России», — комментирует Александр Кузнецов, менеджер компании «Армения Тревел».

Вторая — уровень развития инфраструктуры за пределами основных туристических центров. Увы, но порой там нет даже благоустроенных по европейским меркам туалетов. О необходимости повсеместного создания инфраструктуры говорит, например, руководитель туроператора Gudauri Heliskiing Вато Асаташвили. Солидарна с ним и руководитель Ассоциации туроператоров Грузии Ия Табгари, которая полагает, что с целью привлечения туристов государство должно больше заботиться о качестве дорог, непрерывной поставке электроэнергии, природного газа и воды гостиницам. «С остальным туристический бизнес справится сам», — уверена она.

Третья — недостаточная квалификация кадров, следствием которой может являться и не всегда качественный сервис. Картина примерно такая: в столицах и там, где туристы — частые гости, проблема менее остра. А вот «в провинции» с ней сталкиваться еще приходится.

Вместе с тем и российские представители турбизнеса, и их коллеги из Азербайджана, Армении, Грузии и Узбекистана уверены: если сторонам удастся создать нужные условия, то россиянин по «местам былой славы» обязательно поедет.

УЗБЕКИСТАН ТОП-5

1 Бухара. Городу уже более 2500 лет. Сохранились цитадель, городские стены и крепостные ворота, ряд архитектурных ансамблей и мавзолеев.

2 Самарканд — город тайн: остается неустановленным даже его возраст. Здесь находятся могила Тамерлана, мечеть Биби-Хоним, медресе и руины обсерватории знаменитого восточного мыслителя и астронома Мирзо Улугбека, потрясающие сады и многочисленные музеи.

3 Ташкент покоряет обилием фонтанов, древних памятников, широтой проспектов и восточным гостеприимством. Ташкент — это самая высокая телебашня и единственное в Средней Азии метро.

4 Хива — одно из древнейших поселений Средней Азии, сохранившее свой исторический облик.

5 Шахрисабз, «Зеленый город». Известен как родина Тамерлана и первая столица его империи. Сохранились руины его дворца (Ак-Сарай).



Минарет Кальта-Минор в Хиве

© TOWINGS/WIKIMEDIA.ORG

Космическая бизнес-стратегия

Генеральный директор компании «Спейс Трэвел» АРТУР МУРАДЯН — востребованный гость профильных СМИ, поскольку он задает тренды в развитии отечественной туротрасли. Артур не боится открывать карты, в том числе и перед конкурентами, нынешняя беседа с ним в рубрике «Профессионал» — тому подтверждение.

«Спейс Трэвел» — 25 лет в строю. Что определило общий успех компании и позволило ей достойно встречать значимый юбилей? Используете ли вы его в маркетинговых целях?

Недавние банкротства туроператоров показывают, что срок нахождения на рынке не несет в себе той ценности, которая могла бы генерировать дополнительные продажи. Скажу больше: в какой-то момент у людей сложилось скорее отрицательное мнение: старый оператор не первой величины — значит, велик риск, что он ненадежен.

Что характеризует сегодняшнюю бизнес-стратегию «Спейс Трэвел»?

Зайду с такой стороны: кризисный синдром побуждает операторов нашего эшелона — некрупных — при дефиците клиентов невольно расширять ассортимент, одновременно делая ставку на ключевых специалистов. Ну, то есть «давайте найдем специалиста по стране А, он нам ее запустит, потом найдем по стране Б...» Однако вкладывать средства, продвигать новые направления — значит только удобрять почву для других агентов, приглашая их заниматься этим. Ты промотируешь, но не получаешь тех дивидендов, которые должен.

Считаю, что эта стратегия неверна. Ассортимент оператора должен расширяться за счет операторских направлений! При этом оперейтинг должен базироваться на прогнозируемых объемах и конкурентных преимуществах. Что касается «Спейс Трэвел», то свою бизнес-модель мы строим как большие операторы, но применительно к собственному масштабу. Дублируя схемы мажоров, в чем-то повторяем действия мелких агентств. Используем конъюнктуру. Экономим ресурсы компании, не увлекаясь детальной проработкой направлений, которые неспособны давать массовый продукт.



Еще один важный элемент — гибкость в работе с клиентом. У нас нет судебных прецедентов по претензиям. Мы всегда стараемся решить вопрос прагматично, то есть в пользу клиента или агента. И в теперешней ситуации люди ценят это особенно остро. Когда обанкротился «Южный Крест», мы, являясь по сути их субпродавцом, выплатили всем пострадавшим агентствам 105% компенсации.

Наконец, стратегия не может не затрагивать отношений с сотрудниками. У нас очень жесткие требования к людям в плане преданности своему делу. Мы исповедуем принцип, согласно которому свое дело надо любить. С теми, кто продолжал сидеть и ждать потока, не утруждаясь поисками чего-то нового, пришлось распрощаться — спокойно, достойно, любезно. В итоге мы имеем в центральном офисе 37 очень хорошо подготовленных специалистов.

Анализируя раздел вашего сайта «Страны и направления», трудно вычислить общий знаменатель. Он существует?

Да. Если вы обратили внимание, там нет — за исключением разве что летней Греции, Мальты — стран Шенгенского договора и Америки. Эти два ареала нами не охвачены осознанно, поскольку в них самый большой объем самостоятельного туризма из России. Нашими же ключевыми направлениями являются Юго-Восточная Азия и арабские страны. Указывая каждую страну как операторскую, мы принимаем на себя ответственность за поддержание актуальной ценовой информации, реального предложения по перевозке, и это очень большая работа. Чтобы поставить новую страну, требуется от трех до пяти месяцев.

Кто пополнил этот список последним?

Китай, причем мы это направление уже выставляли, но вынуждены были отказаться от него, когда ушел «Южный Крест» и вместе с ним перевозка. Не прогадали: весь последний год Китай продавался изумительно. На подходе, что не секрет, острова Индийского океана — Маврикий, Сейшелы, Мальдивы. Очень сложный продукт, потому что требует постоянной работы по отслеживанию ценовых и логистических изменений.

Вернемся на рынок нишевых туроператоров: как там устроена конкуренция? Почему агенту стоит выбрать тур именно от «Спейс Трэвел»?

Этот вопрос для меня — краеугольный. Почему агент взял «Мадина» у меня, а не у другого оператора? Нельзя ответить «потому что» и одной фразой. Первое — иногда у нас есть пусть и незначительные, но преимущества в цене. Второе: плотная работа с авиакомпаниями позволяет получить преференции по билетам. В-третьих, деятельность отдела продаж у операторов бывает разнонаправленной. У кого-то менеджеры ориентированы на работу со старыми клиентами, очень плотную, дружескую, впрочем, как и у нас — при сотрудничестве с агентствами, с которыми работаем много лет; плюс к индивидуальному подходу в обслуживании «топов» — максимально лояльное, подчеркнуто благожелательное отношение к «новичкам». Любой новый клиент у нас получает такое же обслуживание, как и старый, для меня это принципиально. Никаких преференций по скорости, например. В-четвертых,

соблюдение жестких стандартов качества работы менеджеров по продажам. И это при том, что иметь роботов на местах в период кризиса очень опасно. Сейчас нужны думающие люди! Наконец, лояльность к клиенту в разрешении любых вопросов.

Итоговая формула может быть такой: чуть дешевле, чуть быстрее, но при этом не в ущерб качеству — вот за этим клиенты придут к нам. Да, конкуренция построена на цене и репутации, но она должна быть честной и, я бы сказал, сбалансированной — как у нас, например, с «АРТ-ТУРОМ», который я очень ценю. Это единственная туроператорская компания, с которой мы проводим совместные семинары.

Как вы относитесь к новому закону о туризме, который наконец разводит ответственность туроператора и агента? Осталось несколько месяцев, и он начнет работать.

Резко отрицательно отношусь, и, к сожалению, работать он не будет. Потому что по новому закону проще каждый год создавать новое юрлицо и нести минимальную финансовую нагрузку. Это ужасно, но, скорее всего, так дело и будет происходить. Да и 50 млн рублей ответственности не спасают, что показало банкротство «Южного Креста» со 150 млн. Нужно было создавать единый фонд, который страховал бы каждую путевку отдельно.

Чтобы быть сегодня оператором, нужно платить в никуда, никогда больше не увидев эти деньги, порядка 700 тысяч рублей в год. Ни в одной отрасли нет таких барьеров. Изменения в законе только увеличат поборы с операторов, в то время как прибыльность туристического бизнеса вариативна и сильно зависима от внешних факторов. В результате кто-то начнет заниматься оперейтингом «в серую»: при формировании туристического продукта неоткуда брать резервы, чтобы финансировать все эти фонды. С клиента лишнее мы взять не сможем. Или все должны это сделать, или никто. Но тогда мы еще больше проигрываем неорганизованному туристу!

Закон о туризме не учитывает вообще ничего, что касалось бы туристов, выезжающих за рубеж самостоятельно. Сам собой возникнет полузаконный туризм, когда туроператорская деятельность ведется в интернете, а юрлица, получающие платежи через агрегирующие компании в России, зарегистрированы и находятся за границей. Их офисы здесь будут обслуживающими. Некоторые уже нашли, как обойти закон: начинают с нынешнего лета продавать Турцию через белорусское юрлицо, получая оплату не в России, а от туриста напрямую. Это уже обход новых требований по закону.

Внутренний туризм властно стучится в дверь туроператоров. Известно, что «Спейс Трэвел» поставил на два достаточно экзотических сегмента: техно- и экотуризм, или, говоря конкретно, на Байконур и гастрономические туры. Какие тут открываются горизонты?

Наш опыт международной организационной работы, который мы использовали и как принимающая компания, занимающаяся экскурсиями в больших объемах, и здесь, как работающая с притязательными потребителями, позволил получить качественные продукты на внутреннем рынке. Двух специалистов по России нам достаточно, чтобы формировать продукт, а маркетинг — это бес-

платные фам-трипы для агентств и в большом количестве. Сначала поедут агенты, потом пошлют друзей и только потом клиентов.

Байконур — это некое событие, event, которое раз в жизни хотелось бы пережить любому мальчишке. Запуск ракеты в космос и всё, что это сопровождает. На Байконуре модель внутреннего туризма будем строить как принимающая компания, рассчитывая прежде всего на иностранцев. Гастрономические туры сконцентрированы в московском регионе с радиусом 150 километров вокруг столицы и Петербурге. Если к концу года получим тысячу внутренних туристов, будет очень хорошо.

Теперь немного о вас лично. Туризм для вас случайность или приговор, семейный бизнес или пространство развития личности?

Безусловно, это семейный бизнес. Я вырос в туризме, с 14 лет встречал туристов в аэропорту, с 16 лет работал гидом в родной Al Khalidiah, возил обзорные экскурсии по Шардже и Дубаю. Правда, после окончания учебы было принято решение, что не надо складывать все яйца в одну корзину, и я отправился в свободное плавание. Это позволило получить сторонний взгляд на вещи. А затем, когда у отца встал вопрос с приобретением компании, которую он долго хотел купить, — я не буду скрывать, ему очень нравился «Спейс Трэвел» как клиенту, — мы поняли, что лучшее решение — поручить управление кому-то из нас. Слишком сложная и рискованная в плане затрат предстояла работа, чтобы доверить ее людям со стороны.

При этом моим первым местом работы, во время учебы еще, была компания «АРТ-ТУР». Это позволило мне посмотреть, так сказать, на внутреннее устройство бизнеса из отправляющей компании. Считаю этот опыт крайне для себя ценным.

Не разочаровались в том, чем занимаетесь?

Я разочарован не в этом бизнесе, а в том отношении, которое сложилось в нашей стране к организованному туризму и людям, в нем



ДОСЬЕ «ТБ»

Артур Мурадян родился в 1985 году. Закончил Институт международных экономических связей при Всероссийской академии внешней торговли, экономист-международник. Второе образование — Московская финансово-юридическая академия, юрист в области финансового права. Женат, трое детей.

работающим. Я хочу, чтобы к нам относились так же, как к профессионалам в туризме на Западе. Это уважаемые специалисты своего дела, не хуже врачей. Когда я гляжу на иностранных коллег, меня берет обида за отношение к нам отечественного потребителя.

Кого из представителей российского турбизнеса вы считаете авторитетом?

В первую очередь, моего отца — Сирака Мурадяна. Дмитрий Горин для меня безусловный авторитет. Руководитель «Горячих туров» Светлана Макарова. Конечно, Дмитрий Арутюнов. В принципе, достаточно.

Как вы собираетесь разглядеть следующую или очередную золотую жилу? Что важнее — опыт, анализ или интуиция?

Опыт... Да, я над этим долго думал. По всему получается, что интуиция. Мой опыт говорит, что это интуиция.

Насколько вы требовательны и что больше всего цените в сотрудниках?

Способность думать и отвечать за свои поступки. Я очень требовательный, но не жесткий человек.

Какие у вас есть интересы помимо работы? Много ли вы путешествуете для души, а не ради дела?

Абсолютно не путешествую для души, два раза в год от силы отпуск. Я, кстати, в этом плане всегда изумляюсь, когда читаю в Фейсбуке новостные ленты своих коллег — директоров, туроператоров — и вижу, как они не вылезают из поездок. Трэвелголики.

Ваше хобби или увлечение?

Автоспорт, автомобильное ралли. Это позволяет проветривать голову. Я участник чемпионата и Кубка России. Кандидат в мастера спорта. Зимний сезон сейчас закончен, ждем начала грунтовых гонок, ну и асфальтовых европейских. Авторалли позволяет бывать в таких глубинках России, где и асфальтовых дорог зачастую нет — только грунтовые.

На чем ездите?

Сейчас на «Рено Клио» гоночной категории R3, это топовая машина моноприводного класса.

Предпочтительное место на земном шаре?

Город Жигулёвск Самарской области, я его очень люблю. Мои родители, бабушка, жена, первый класс — все связано с этим городом. Была бы возможность, я бы там себе и жил.

Куда бы вы хотели отправиться прямо сейчас?

На Сейшелы, на свой остров. И остаться там на месяц. Месяц никого не видеть, не слышать.

Довелось бывать на Сейшелах, и когда вокруг никого нет, чувствуешь плотную пустоту...

Вот! Прямо идеально! **ТБ**

Беседовал Геннадий Габриэлян



Будущее — за технологиями

Мировой туристический рынок в ближайшие годы ждет стремительный скачок в плане внедрения технологических инноваций и новых методов работы с клиентами, — к такому выводу пришли специалисты консалтингового агентства The Boston Consulting Group. Причем ведущую роль в этом процессе сыграют не устоявшиеся лидеры туристического бизнеса, а технологичные компании и стартапы. Инновации, по мнению специалистов, затронут три основные сферы: персонализацию идей для путешествий, максимальную детализацию при бронировании (например, доступность информации о месте в самолете или услугах в гостинице), а также деловые поездки, которые, в отличие от туристических путешествий, до сих пор остаются довольно сложными с точки зрения планирования.

Excursiopedia в стоп-листе

Онлайн-продавец экскурсий — компания Excursiopedia — объявила о временной приостановке деятельности сайта. Как рассказал руководитель проекта Кирилл Сермягин, «рынок Tours & Activities оказался гораздо менее структурированным и значительно отличается от более традиционных туристических продуктов — отелей и авиаперелетов. Оглянувшись на пройденный путь и на накопленный опыт и знания, команда Excursiopedia решила взять небольшую паузу и представить кардинально обновленный продукт».

При этом он подчеркнул, что все обязательства перед клиентами и поставщиками будут выполнены в полном объеме.



Bookinna получила полмиллиарда

Туристический проект Bookinna, разработанный компанией «Инна Тур», привлек инвестиции в размере 500 млн рублей от группы частных инвесторов. «Это не просто инвестиции, не просто сделка, это синергия

с ведущими экспертами IT-сегмента российской экономики», — прокомментировала председатель совета директоров компании Инна Бельтюкова.

Как сообщил руководитель группы инвесторов Анатолий Захаров, «есть договоренность между существующими акционерами Bookinna и стратегическим инвестором, которая позволит не только расширить те сервисы, которые есть в компании, но и выйти географически за пределы России».

Проект был запущен в 2014 году и представляет собой российскую платформу динамического пакетирования. «К 2020 году доля динамических туров в России составит до 30% рынка пакетного туризма», — уверена Инна Бельтюкова.

Все об онлайн-продажах — на DTD

Пятая ежегодная конференция Digital Travel Day пройдет 21 апреля в столичном отеле «Золотое Кольцо». Организатором мероприятия выступает ИД «Турбизнес», партнером — компания «Хотелбук-Сервис» с известным проектом Hotelbook.pro.

На конференции будут затронуты, пожалуй, все самые

актуальные темы, касающиеся онлайн-коммерции, — социальные сети, мобильные решения, диджитал-маркетинг, динамическое пакетирование туров, эффективность онлайн-каналов продаж.

Спикерами выступают Борис Овчинников, партнер агентства Data Insight, Илья Балахнин, генеральный директор Paper Planes

Consulting Agency, Александр Сизинцев, генеральный директор Biletix.ru, Андрей Сулейков, CEO компании Appreal LLC, Янис Дзенис, PR-директор компании Aviasales и многие другие.

Острая полемика ждет участников конференции в рамках двух панельных дискуссий: «Как продавать российские турпродукты



в онлайн?» и «Как увеличить эффективность онлайн-каналов продаж в условиях кризиса и сокращения спроса и бюджета?».

Регистрация на сайте —
www.tourbus.ru/dtd.php



Тарифы ПОШЛИ НА ПОСАДКУ

Накануне отпускного сезона 2016 года сразу несколько российских авиакомпаний ввели в практику продаж низкие тарифы, которые в народе тут же получили название «безбагажных». И если одни эксперты видят в этом лишь общий тренд времени, другие уверены: «посадка» тарифов явно вынужденная и обусловлена появлением успешного российского лоукостера.

ТЕКСТ
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

1 АПРЕЛЯ

UTair перешел на новую линейку тарифов: «Бизнес», «Гибкий», «Стандарт» и «Лайт». Последний — полностью невозвратный, по нему включена только перевозка ручной клади.

НА 25%

в среднем дешевле билеты «Победы», чем билеты других авиаперевозчиков. Когда компания только выходила на рынок, разница составляла 45%

В числе компаний, которые уже анонсировали новинку, значатся S7 Airlines, UTair и «Уральские авиалинии». Например, перешедший с 1 апреля 2016 года на новую линейку тарифов UTair предлагает пассажирам не только уже известные им варианты, но и тарифную группу «Лайт». «Одним из первых шагов в деле пересмотра нашей тарифной политики стало введение «безбагажного» тарифа «Лайт», — заявляет президент UTair Алексей Будник. — В результате пассажиру предоставляется максимальная свобода выбора и оплаты тех услуг, которыми он желает воспользоваться». А вот «Аэрофлот», располагающий собственной низкобюджетной «дочкой» в лице «Победы», пока остается в стороне.

В чем суть «безбагажного» тарифа? В этом случае билет продается пассажиру по наименьшей стоимости. Его «фишка» в том, что, наряду с другими ограничениями, свойственными низким тарифам, он предполагает возможность бесплатного провоза только 10 кг в виде

ручной клади — за более тяжелый багаж придется платить дополнительно. Но если воспользоваться таким предложением, то «сгонять» между Москвой и Петербургом в апреле можно по тарифу в 1,2 тысячи рублей (в одну сторону), а общая стоимость полета по направлению туда и обратно (с учетом такс и сборов) составит 3,6 тысячи рублей. Если учесть, что цена проезда на «Сапсане» в оба конца может оказаться выше, «безбагажное» предложение авиаперевозчиков стоит считать вполне приемлемым. И наверняка оно будет востребовано.

Это касается не только популярного направления между двумя столицами. В Сочи, к примеру, по «безбагажному» тарифу из Москвы (в середине апреля) с помощью одного из перевозчиков можно улететь за сумму от 2,2 тысячи рублей (в одну сторону). Общая же стоимость полета туда и обратно (с учетом такс и сборов) — 7,6 тысячи рублей. Тогда как проезд в купе двухэтажного поезда по тому же направлению обойдется уже в 9 тысяч. Если же сравнивать стоимость «безбагажных»

авиабилетов с ценой наиболее недорогих с правом провоза багажа, у всех участвующих в их реализации компаний она оказывается на 1–2 тысячи рублей ниже. И дорога по воздуху в Сочи из Москвы, при условии бесплатного провоза еще 23 кг багажа (к 10 кг ручной клади), обойдется уже в 11,6 тысячи рублей. Как минимум на треть дороже.

Экономический фон у вопроса таков: по данным Biletix, в 2015 году доля продаж авиабилетов на рейсы авиакомпаний, позиционирующих себя в сегменте лоукост, выросла с 1% до 5%, а стоимость среднего чека на них сократилась с 11 819 до 9 089 рублей. Как считают в компании, «это хороший рост продаж, свидетельствующий о том, что российские путешественники начинают постепенно привыкать к лоукост-перевозкам». И делают акцент на том, что «большую роль в формировании статистики, конечно, сыграли продажи на рейсы а/к «Победа».

Так ли это? Когда низкобюджетная «Победа» только выходила на рынок, разница в цене ее билетов с «нормальными» конкурентами составляла до 45%. И хотя лоукостер до сих пор продолжает предлагать перелеты по цене в 999 рублей, постепенно его средние тарифы растут, сближаясь с обычными: в настоящее время они в среднем на 20–25% ниже. В связи с тем, что в прошлом году лоукостер стартовал вполне успешно, обслужив 3 млн пассажиров (при наличии персонала всего около 600 человек), его бизнес-модель берется на вооружение хотя бы в некоторых аспектах. В частности — в ценовой политике. Как результат, в разгар отпускного сезона, скорее всего, «безбагажные» тарифы ряда российских авиакомпаний окажутся вполне сравнимы со стоимостью перелета на «крыльях» «Победы». К примеру, на середину апреля из Москвы в Сочи цена билета у этого перевозчика составляет около 7 тысяч рублей (вполне сравнимо с «безбагажными» предложениями), а на середину июня — 8,5 тысячи.

Глава агентства «Авиапорт» Олег Пантелеев подтверждает: сейчас тарифы «Победы», начинавшей исключительно как лоукостер, сближаются с недорогими вариантами других перевозчиков. «У «Победы» нет кредитов, и она может позволить себе быть более гибкой в ценообразовании, чем конкуренты, — считает эксперт. — Вместе с тем своего она не упустит и не станет продавать билеты по минимальной стоимости, если их можно реализовать дороже». Поэтому «Победа» реализует по активно заявляемому ею тарифу в 999 рублей от нескольких штук билетов на рейс, тогда как

«безбагажных» мест у обычных авиакомпаний может быть гораздо больше.

Нельзя забывать, что лоукостер, реализуя билеты по низкой цене, может зарабатывать на услугах для пассажиров, большая часть из которых оказывается платной. Ведь провоз того же багажа возможен только за деньги, да и часть предметов, как оказывается, в «бесплатную» ручную кладь можно взять исключительно с доплатой. Весьма схожа и политика «безбагажных» тарифов: у UTair, к примеру, в цену билета по тарифу «Лайт» включается только перевозка ручной клади весом до 10 кг (перевозка багажа и спортивного инвентаря оплачивается дополнительно), а сам тариф является полностью невозвратным — даже внесение изменений в бронирование невозможно.

Почему же российские перевозчики, по объективным причинам и без того потерявшие массу доходов, идут на такой шаг? Мнения разные.

«В конечном итоге цель у авиакомпаний одна — привлечение клиента. А более низкий тариф выгодно смотрится на фоне тарифов конкурентов, — полагает коммерческий директор ICS Travel Group Дмитрий Филатовский. — При этом у клиента не всегда есть возможность сразу же оценить, какие услуги входят в стоимость билетов разных перевозчиков. Поэтому «безбагажные» тарифы наверняка станут пользоваться спросом хотя бы потому, что ряд категорий клиентов квота в 10 кг ручной клади вполне устроит. Что, кстати, не так уж и мало».

Вместе с тем специалисты констатируют: пока в России о правилах и специфике лоукостеров знают мало. Даже несмотря на то, что продавцы (а это как сами авиакомпании, так и посредники) обязательно о них сообщают. Только кто у нас читает правила тарифа? К примеру, для тех, кто ранее не пользовался услугами низкобюджетных перевозчиков, известие о том, что провоз багажа или питание на борту предоставляются за дополнительную плату, порой становится неприятным сюрпризом, который они «получают» уже на стойке регистрации в аэропорту.

Могут ли такие тарифы пригодиться рядовым туристам? Ведь нередко на отдых летят семьями, с изрядным количеством багажа. По мнению экспертов, и тут есть выход. Если в полет отправляется семья из 3–4 человек, то 1–2 места можно приобрести с оплаченным багажом, а остальные — по «безбагажному» тарифу. В результате в багаже можно провезти 20–46 кг, к которым добавятся 20–30 кг в ручной клади. Вполне достаточно для потребностей среднестатистической семьи, отправляющейся в отпуск. **ТБ**



АЛЕКСАНДР СИЗИНЦЕВ
Генеральный директор Biletix.ru

В последнее время многие авиакомпании идут по пути расширения ассортимента тарифов, делая свою ценовую политику более гибкой для пассажиров. Это как российская, так и международная практика. С новыми тарифами крупные авиаперевозчики получают возможность выйти на рынок лоукостеров, и в то же время не терять свою аудиторию, предпочитающую традиционный, привычный сервис. Действия российских авиакомпаний объяснимы: таким образом они пытаются соревноваться с «Победой», которая предлагает еще более низкие тарифы. У лоукостеров есть своя аудитория, и это не только молодежь, которая с готовностью может отказаться от дополнительных услуг и удобств ради экономии. К клиентуре лоукоста, например, вполне можно отнести и корпоративных путешественников, часто совершающих рабочие поездки на 1–2 дня.



Время работать с властью

Тема взаимодействия гостиничного бизнеса с другими игроками туристического рынка стала основной на очередном, третьем по счету Hotel Business Forum, прошедшем в рамках выставки «Интурмаркет» в Москве. Представители обеих сторон обсудили наиболее волнующие их вопросы и попытались найти пути сближения.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

Одним из важнейших игроков в любой отрасли бизнеса являются органы государственной власти. Как правило, диалог с ними представители отрасли ведут, объединяясь в ассоциации. «Инициатива такого объединения должна исходить от нас», — убежден министр курортов и туризма Республики Крым Сергей Стрельбицкий. Очень продуктивной показала себя опробованная год назад практика объединения отелей и других участников рынка вокруг различных акций. «В 2015 году мы, готовясь к межсезонью, объединили 264 отелей и санаториев Крыма, которые предложили скидки на проживание. Министерство осуществляло координацию этой акции. На мой взгляд, продукт получился неплохим», — рассказал министр.

Зимой ведомство предложило отелям провести акцию «Новый год в Крыму». Идея заключалась в том, чтобы объединить на одном ресурсе все мероприятия, которые в конкретный период проходят на территории Крыма. «Я убежден, что залог успеха сотрудничества между властью и отельным бизнесом — это именно такие проекты, которые инициирует власть, возможно, с подсказками со стороны бизнеса», — отметил Сергей Стрельбицкий. Он добавил, что сейчас в республике готовится аналогичный проект, посвященный Пасхе.

ИНИЦИАТИВА СНИЗУ

Со своей стороны гостиницы могут вести продуктивный диалог с органами власти, объединяясь в профильные ассоциации. «В нашем регионе уже на протяжении долгого времени действует клуб отельеров Свердловской области, который регулярно приглашает нас на свои заседания, в результате получается интересный, конструктивный диалог», — рассказывает Эльмира Туканова, директор Центра туризма Свердловской области.

Еще одна организация, через которую власть ведет диалог с гостиничным рынком в регионе, — это Конгресс-бюро Екатеринбурга, которое появилось в России одним из первых. Сотрудничество выражается в первую очередь в информационной поддержке тех мероприятий, которые проводят эти организации.

«Мы подписали ряд соглашений с 35 отелями Екатеринбурга и Нижнего Тагила, которые позволяют нам рационально использовать возможности региона по размещению во время крупнейших мероприятий, к примеру, во время выставки «Иннопром», — говорит Эльмира Туканова.

В отелях, заключивших соглашение с Центром туризма, размещается полиграфическая продукция о туристических досто-

**АЛЕКСЕЙ ВОЛОВ**

Организатор форума,
генеральный менеджер бутик-отеля MONA

Отельеры и представители других сфер в туристической отрасли не часто встречаются, чтобы обсудить вопросы сотрудничества. Кроме того,

в последние годы наш рынок существенно изменился: сокращаются турпотоки за рубеж, с одной стороны, с другой — происходит скачок в развитии гостиничной инфраструктуры нашей страны. Более того, развиваются не только отели, но и дороги, транспорт и другие составляющие туризма. Не было еще в истории страны такого времени, которое бы настолько способствовало развитию внутреннего туризма.

примечательностях и событиях, которые проходят в регионе. В этом году Центр туризма Свердловской области выпускает MICE-каталог, а также впервые организует рекламно-информационный тур по конгрессно-выставочным площадкам. В конце мая в регионе пройдет 1-й съезд Конгресс-бюро, на который приглашены как российские, так и международные спикеры. При поддержке Федерации рестораторов и отельеров уже во второй раз пройдет конкурс «Уральская звезда».

Центр туризма проводит обучающие мероприятия, направляет отельеров на зарубежные стажировки. «На международном туристическом форуме «Большой Урал» гостиничному бизнесу будет выделен целый день: пройдут семинары по классификации, подготовке к приему Чемпионата мира по футболу, различные мастер-классы», — рассказывает директор Центра туризма Свердловской области.

ОБЪЕДИНЕНИЯ НЕДОСТАТОЧНО

На протяжении долгого времени не было тренда на развитие внутреннего туризма, сейчас он появился, и власть стала больше сотрудничать с отельерами, отмечает вице-президент Федерации рестораторов и отельеров РФ Вадим Прасов. «Власти необходимо обратить внимание на несколько моментов. Во-первых, это событийный календарь. Во многих регионах отельеры ни в октябре, ни в ноябре, ни в самом конце года не могут получить его, а значит, хотя бы приблизительно запланировать поток на следующий год», — рассказывает эксперт.

Кроме того, в календаре регионов есть мероприятия, которые совпадают с высоким сезоном, хотя могли бы помочь загрузить туристическую инфраструктуру в период межсезонья. Экономический форум в Петербурге проходит во время белых ночей, а в Сочи — в бархатный сезон. Можно посмотреть на международный опыт: крупнейшая французская выставка недвижимости MIPIM проходит на Лазурном берегу в марте, чтобы не мешать турпотоку. «Следует продлевать высокий сезон, а не накладывать одно на другое. А для выдвижения подобных предложений, которые могут рассматриваться только на самом высоком уровне, игрокам рынка нужно объединяться, чтобы вступать в диалог с властью с более весомых позиций», — отмечает Вадим Прасов.

Другая проблема, актуальная для многих регионов, — продвижение совместных акций. «Власти часто просят нас предложить спецпакеты, спецтарифы, скидки. И отели идут им навстречу.

Но зачастую такие совместные акции не приносят результатов, потому что недостаточно получить скидки от отельеров, транспортников и других игроков рынка. Продукт необходимо создавать на серьезной маркетинговой основе, продвигать, ориентируясь на его целевую аудиторию», — поясняет вице-президент ФРиО. Даже когда все сделано грамотно, такие акции не дают мгновенного результата, их нужно проводить регулярно. Зачастую власти региона этого не осознают и, не получив моментального роста турпотока, оставляют акцию без продолжения.

ПРЕОДОЛЕТЬ НЕДОВЕРИЕ К ВЛАСТИ

В последние годы органы власти во многих регионах сделали колоссальный скачок в сторону работы с представителями гостиничного бизнеса, отметила президент Альянса отельеров U-PRO Тамара Черных.

«Со стороны органов власти сейчас делается больше шагов к сотрудничеству с отельерами, чем со стороны отельеров, — считает она. — Как пример приведу ситуацию с системой классификации. Мы много обсуждали новый закон в Санкт-Петербурге. Игроки рынка не раз высказывались, что система плохая, не соответствует реалиям, не подходит для зданий в историческом центре и т.д. Комитет по туризму попросил нас узнать у отельеров, что именно хотелось бы изменить. Так вот, явка на эту встречу была очень низкая, меньше, чем на ту, на которой можно было просто пожаловаться».

Игроки рынка не доверяют власти и ее инициативам и зачастую из-за этого не используют те возможности, которые есть. К примеру, многие отельеры не нашли нужным заполнить информацию о своем отеле на вновь созданном туристическом портале Санкт-Петербурга. «Конечно, портал несовершенно, но отелям предлагалось разместить информацию о себе совершенно бесплатно», — рассказывает эксперт.

«Коллеги, настал тот момент, когда со стороны власти происходят определенные изменения, и надо сделать ей несколько шагов навстречу, по крайней мере участвовать в том, что вам предлагают», — призывает президент U-PRO. **ТБ**





ОТДЫХ — ВО БЛАГО

Краеугольный камень туристско-рекреационного комплекса Ставропольского края — это лечебно-оздоровительный туризм. Здесь расположены известные курорты федерального значения: Ессентуки, Железноводск, Кисловодск и Пятигорск. На карте четыре города находятся в общем-то рядом и на первый взгляд располагают одинаковыми природными лечебными ресурсами — это минеральные воды, грязи и климат. Тем не менее при продаже туров на эти курорты нужно учитывать их специфику — чтобы отдых и лечение здесь пошли гостям во благо.

ТЕКСТ
ЛАРИСА МАРТЫНОВА

138

санаториев и пансионатов функционируют в регионе Кавминвод. Больше всего здравниц в Кисловодске — 55, в Ессентуках их 30, в Железноводске — 24, в Пятигорске — 20.

ЛЕЧЕБНЫЕ ГРЯЗИ

Грязи — это то, что объединяет курорты. Во все здравницы Кавминвод поступают лечебные грязи из уникального месторождения озера Большой Тамбукан, расположенного недалеко от Пятигорска, на границе Ставропольского края и Кабардино-Балкарской Республики. Пациентам доступны процедуры в виде ванн, аппликаций, электрогрязелечения. Помимо высокой минерализации для тамбуканской грязи характерна бактерицидная активность.

Грязелечебница им. Н.А. Семашко, построенная в 1914 году, — не только лечебное учреждение, но и достопримечательность города

Ессентуки. Благодаря технической базе и работкам в этой области курорт является признанным лидером бальнеогрязелечения, далее следуют Пятигорск и Железноводск.

КЛИМАТ, ПОГОДА И ПРИРОДА

Если в Ессентуках моросит дождик, это не значит, что все Кавминводы затянуты облаками. Можно садиться на электричку и ехать в Кисловодск — весьма вероятно, что там светит солнце. Такой вот погодный парадокс. Но для отдыхающих в Ессентуках это обычно не критично, осадки не мешают пить минеральную воду и принимать лечебные процедуры. Курорт

находится на высоте 610–650 м над уровнем моря, здесь жаркое, влажное лето и мягкая зима, условия благоприятны для лечения больных гастроэнтерологического профиля и с патологией эндокринной системы.

Климатолечение — «конек» его соседей, более щедрых на солнечные дни осенью и зимой (хотя и в Ессентуках прекрасный климат, особенно по сравнению с северными областями России). Для Пятигорска и Железноводска характерны умеренная влажность и продолжительный теплый период. Для Кисловодска, как и для других континентальных среднегорных районов, типично пониженное атмосферное давление, здесь высока природная ионизация воздуха, поправлять здоровье с помощью климата сюда едут круглый год.

Способствует климатолечению наличие большого количества парков и зон отдыха. По лесистым склонам горы Железной (в Железноводске) проложены терренкуры — дорожки для лечебной ходьбы. По кисловодскому курортному парку ветвится около ста километров таких троп, позволяющих регулировать нагрузку на маршруте. Это самый большой лечебный парк в Европе, его площадь более 948 га. Очень хороши и курортные зоны Ессентуков и Пятигорска.

Эльбрус, Бештау, Машук, Змейка... Большие и малые горы — источник свежего воздуха, украшение региона и раздолье для экскурсий.

ТУРАГЕНТ ИЛИ ДОКТОР?

Несмотря на то что здесь успешно занимаются широчайшим спектром проблем, возникающих со здоровьем человека, при подборе путевки в санатории Ставрополья нужно учитывать медицинский профиль федеральных курортов. Подход к оказанию услуг здесь очень серьезный, пациентам следует придерживаться врачебных рекомендаций и назначений, соблюдать режим дня и питания, чтобы лечение принесло результаты.

Пятигорск — многопрофильный бальнеологический и грязевой курорт, где занимаются лечением и профилактикой заболеваний нервной, эндокринной, мочеполовой и костно-мышечной систем, органов пищеварения, кожи, лор-заболеваний и нарушений обмена веществ.

Ессентуки — бальнеологический и питьевой курорт. Здесь успешно лечат в первую очередь гастроэнтерологические и эндокринно-обменные заболевания.

Кисловодск — бальнеологический и горно-климатический курорт. Сюда едут с заболеваниями сердечно-сосудистой, легочной, нервной, опорно-двигательной, пищеварительной, эндокринной и мочеполовой систем организма.

Железноводск — бальнеологический и грязевой курорт, специализирующийся на лечении и профилактике заболеваний органов пищеварения, почек, мочевыводящих путей и половой сферы, а также заболеваний, связанных с нарушением обмена веществ.

КРУГОМ ВОДА

Во всем мире известны кисловодский нарзан, «Ессентуки-17», «Ессентуки-4» и другие ессентуцкие воды, пятигорские «Машук-1» и «Машук-19», железноводские «Славяновская», «Смирновская», «Новотерская». Сто источников минеральной воды 13 различных типов и 40 разновидностей — колоссальное богатство России! Представлены углекислые, сероводородные, содовые, кремнистые, йодобромные, борные и даже радоновые воды. Отдыхающим следует помнить: вода в источниках различна по составу, заниматься самостоятельным водолечением как минимум неразумно. **ТЕ**

100

источников минеральной воды 13 различных типов и 40 разновидностей — уникальное богатство Кавминвод.



МАРИНА РОЗАНОВА

Коммерческий директор
ЗАО СКО ФНПР «Профкурорт»

Мы предлагаем к реализации путевки в 19 санаториев Кавминвод, это примерно треть суммарной коечной емкости региона. Цены в целом выросли на 10% по отношению к прошлому году: в низкий

сезон немного меньше, в высокий — чуть больше.

В прошлом году мы начали внедрять динамическое изменение цен, что пока не принято на санаторно-курортном направлении, хотя крупные туроператоры по России (например, «Алеан») уже успешно применяют такой принцип ценообразования, и для отельеров это уже не новость. Стоимость путевки меняется в зависимости от загрузки объектов: если спрос превышает предложение, значит, цены нужно поднимать. За индикатор корректировки цен мы приняли загрузку на 75%. Если объект заполняется слабо, то цену снижаем. Агентам это пока непривычно и кажется неудобным, но мы считаем такую политику правильной.

Сейчас загрузка примерно соответствует уровню 2015 года — считаю, что это очень хороший результат. Фактор, который позволяет продажам не падать, — это та часть людей и предприятий, отправляющих с нашей помощью своих сотрудников, которые ранее выбирали выезд на лечение за рубеж (например, в Трускавец), а теперь переориентировались на Россию. И Кавминводы в этом плане могут служить альтернативой бальнеологическим курортам Европы.

Быстрее заполняются объекты тех городов-курортов Ставропольского края, где номерной фонд невелик. Это пятигорские «Родник» и санаторий им. М.Ю. Лермонтова и санаторий им. 30-летия Победы в Железноводске.

Средняя стоимость койко-дня в санаториях КМВ — 2,5 тысячи рублей. К сожалению, сказать, что на ставропольских курортах произошло что-то похожее на изменения последних лет в Краснодарском крае, пока нельзя. Бума здесь в ближайшее время не предвидится.

Там тепло, там яблоки?

До начала нового туристического сезона в Крыму остается совсем немного. Его перспективы весьма живо обсуждаются — главным образом с опорой на итоги сезона-2015. Каковы же они, и оправдаются ли ожидания властей, турбизнеса и туристов в этом году?

ТЕКСТ
ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

ГЛАВНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ ДИРЕКТОРИИ КРЫМА

1 Дворцы и дома царской, великокняжеских и близких к ним семей (Ливадия, Массандра, Чаир, Ай-Тодор, Харакс, Кичкинэ, Коккозы, Форос).

2 Горы (Ай-Петри, Чатыр-Даг, Демерджи), пещеры (Красная, Мраморная, Эмине-Баир-Хасан) и «пещерные города» (Чуфут-Кале, Мангуп, Эски-Кермен, Тепе-Кермен).

3 «Винный» комплекс Крыма (Массандра, Инкерман, Новый Свет, Солнечная долина, Коктебель, новые винодельни).

По данным Министерства курортов и туризма Крыма, общее количество отдохнувших на полуострове в 2015 году составило около 4,6 млн человек, что особенно впечатляет на фоне абсолютно «мертвого» — по разным причинам — сезона-2014. Правда, некоторые местные эксперты ставят официальную статистику под сомнение, говоря о завышении порядка 1 млн человек. Для сравнения — в последние советские годы Крым посещало порядка 8–9 млн человек в год. В общем турпотоке на полуостров 88% составили граждане России, порядка 10% — граждане Украины, 2% — граждане стран дальнего и ближнего зарубежья.

Почти половина туристов выбирала для отдыха Южный берег Крыма — 59%. На восточном и западном побережьях побывали по 17% туристов, в других регионах полуострова — 6%. В течение высокого курортного сезона более половины работающих здравниц были загружены на 85–100%. Весенние опросы ВЦИОМ 2015 года показы-

вали, что в Крыму хотело отдохнуть наибольшее количество опрошенных. Оправдались ли их ожидания? 86% ответили на этот вопрос «да», «скорее да» и «даже в большей степени, чем ожидали». Более половины из них (53%) собираются приехать и в этом году.

КУДА ПОДАТЬСЯ С ПАРОМА?

Добираться в Крым стало проще. Число рейсов, в том числе дотируемых государством, со всех концов России в аэропорт Симферополя значительно выросло. Правда, симферопольский аэропорт, даже с учетом оператив-

но проведенной реконструкции и возведения нового терминала, пока весьма далек от международных стандартов. Похоже, остались в прошлом и поистине эпические мытарства автомобилистов и пеших туристов образца лета 2014 года. Транспортная прокуратура Крыма в этом году прогнозирует увеличение числа пассажиров на керченской переправе минимум в 1,5 раза.

«Даже при пиковых нагрузках время ожидания





на переправе не превысит 4 часов. Аэропорт Симферополя спокойно примет 7 млн человек», — уверен глава Крыма Сергей Аксенов.

Минувший сезон принес с собой, в числе прочего, очевидную и, можно сказать, стратегическую смену крымской логистики. Все предыдущие десятилетия и даже столетия перемещения с континента на полуостров осуществлялись по линии «север — юг». Иначе говоря, Перекоп — Симферополь. Сегодня, в силу объективных причин, ось сместилась на направление «восток — запад»: Керчь — Феодосия — Симферополь.

Еще одна заметная по сравнению с прошлым годом перемена: установка подробной и, главное, двуязычной туристической навигации — столь знакомых по европейским дорогам «коричневых щитов», указывающих дорогу и расстояние до той или иной достопримечательности. Но далеко не везде: на пути от переправы до Керчи, да и в самой Керчи, никаких навигационных знаков, не только туристических, нет вообще. Они появляются лишь через 100 км, в районе Феодосии.

ВЕКТОР РАЗВИТИЯ

Сегодня имеется четко сформулированная программа развития крымского туризма по четырем основным направлениям: деловой, культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный и спортивный туризм. А в целом в Крыму сегодня уже выделено шесть туристических кластеров, из которых три имеют строгую «санаторно-курортную» направленность: Евпатория, Саки и Ленинский район — озеро Чокрак.

Минувшей зимой в Крыму были выпущены четыре кратких путеводителя плюс специальный путеводитель по гастрономическому

туризму и общий путеводитель по достопримечательностям полуострова. Не так давно в интернете был запущен крымский туристический портал.

Принят ряд специальных программ, в частности, по ревитализации, то есть восстановлению старых частей крымских городов, что позволит не только преобразовать их архитектурный облик, но и повысить уровень узнаваемости регионов среди туристов: самый яркий пример — евпаторийский маршрут «Малый Иерусалим». Кроме того, осуществляются специальные программы, посвященные отдыху в Восточном и особенно в Западном Крыму, где уровень цен на размещение, питание и услуги существенно ниже, чем, например, на Южном берегу и в Севастополе.

ЛЕТО КАК ПРЕДЧУВСТВИЕ

«Если сравнивать темпы роста спроса на отечественный продукт по раннему бронированию в этом году и в прошлом, Крым вырос в три раза, — свидетельствует заместитель директора НТК «Интурист» Сергей Толчин. — Год назад внутренний турпродукт в бронированиях на лето занимал 20%, а 80% приходилось на выездной. В этом году все наоборот. Спрос на внутренние направления есть, и надо ему соответствовать».

Тем не менее, какова специфика ближайшего туристического сезона? Какие факторы могут повлиять на него?

Первый — продолжающиеся по всему Крыму перебои с подачей электроэнергии, ведь никто не отменял известного правила: «туристический город — освещенный город». «Начало года было не очень хорошим для нас, потому



СЕРГЕЙ РОМАШКИН
Генеральный директор
компании «Дельфин»

Думаю, что прирост турпотока в Крыму составит около 15%. На него будет влиять ряд факторов.

Отрицательные: экстремальные ситуации с электроснабжением минувшей зимой и проблемы с водой в Восточном Крыму нынешней весной. Кроме того, очевиден спад конъюнктурно-медийной популярности Крыма.

Положительные: хорошая транспортная доступность. Рейсов много, и существующие цены на них туриста, в том числе и регионального, вполне устраивают. В минувшем году нормально работала керченская паромная переправа. Рост цен составит около 20%, и дело тут прежде всего в том, что Крым постепенно втягивается в общероссийское экономическое пространство. Если в прошлом-позапрошлом годах зарплата горничной в гостинице составляла 8–10 тысяч руб., то сейчас — 20–25 тысяч, и эти расходы уже заложены в цену отдыха.

Ливадийский дворец



ТОП-10 ДОСТОПРИМЕ- ЧАТЕЛЬНОСТЕЙ КРЫМА

- «Ласточкино гнездо»
- Потухший вулкан Кара-Даг
- Гора Ай-Петри с канатной дорогой
- Феодосийская картинная галерея Айвазовского
- Керченская цитадель
- Долина привидений на горе Демерджи
- Дом-музей Чехова в Ялте
- Никитский Ботанический сад
- Перевал Шайтан-Мердвен (Чёртова лестница)
- 35-я береговая батарея (Севастополь)



Гора Ай-Петри



Воронцовский дворец

что непонятной была ситуация для операторов с нашими энергоносителями, — признает министр курортов и туризма Крыма Сергей Стрельбицкий. — Но после заявления президента, после действий правительства все стабилизировалось, и в марте у нас пошел очень серьезный прирост по количеству туристов».

Вполне возможно также, что Крым накроем так называемый «анапский синдром». Туроператоры помнят, как здравницы этого города после сверхуспешного для них 2014 года, когда им досталась существенная часть крымского турпотока, вздернули цены, в результате чего в минувший высокий сезон свободные места имелись практически во всех анапских гостиницах. Уже известно, что стоимость размещения в Крыму наступающим летом не будет низкой. По данным Минкурортов и туризма республики, минимальная цена за ночь в санаториях Южного берега Крыма в июле составит 3,5 тысячи рублей, в Западном Крыму — 2,8 тысячи, Восточном — 2,4 тысячи. Туроператоры констатируют: рост цен на разных объектах полуострова составил от 10 до 30%.

Другими словами, спрос на крымский отдых, возможно, значительно опередит предложение, и соотношение «цена—качество» перестанет удовлетворять туриста. Хотя специфика отдыха в Крыму заключается и в том, что там турист, особенно «завсегдатая», несколько менее придирчив к качеству сервиса, чем в других регионах.

СКАЗАНО — СДЕЛАНО?

С начала года Крым принял 203 тысячи туристов, что на 2,2% выше уровня 2015 года. Но это только начало. «С каждой неделей турпоток в Крым увеличивается, количество запросов по Крыму сейчас превышает показатели по всем остальным регионам. Мы — лидеры и ожидаем на майские праздники очень большой поток туристов», — уверенно заявляет Сергей Стрель-

бицкий. В этом году власти полуострова готовы принять 6 млн туристов, а в 2018 году выйти на показатель в 8,5–10 млн.

И тем не менее, несмотря на оптимистичные заявления «сверху», Крыму — прежде всего — надо четко определить и твердо знать свое место на рынке туристических услуг. Граф Михаил Семенович Воронцов после присоединения Крыма к России привез в свое имение лучшие сорта французского винограда с намерением делать такое же вино. Но он не мог знать, что те же лозы в условиях Крыма дадут качественное, но другое вино. Так же — и с турпродуктом.

«Крым — не русский, не украинский, не татарский, не еврейский. Крым — и такова его исконная специфика — общий дом для всех народов, и именно из этого мы должны исходить», — говорит Сергей Стрельбицкий. — Времени нам отмерено — до 2018 года». То есть реформировать крымский туризм надлежит до предполагаемого ввода в эксплуатацию Керченского моста. Получится ли? **TE**

БОЛЬШАЯ СЕВАСТОПОЛЬСКАЯ ТРОПА

Летом 2015 года началась реализация проекта активного туризма «Большая севастопольская тропа». Протяженность основной части тропы, которая пройдет через все ландшафтные зоны Севастополя — песчаный западный берег, кусочек крымских степей, три гряды крымских гор, яйлу, южный берег, Гераклеийский полуостров — и закончится у Балаклавы, составит около 130 км, со вспомогательными и радиальными маршрутами — более 150 км. На всем их протяжении установят навигационные знаки, а рядом с объектами туристского показа — информационные стенды. Тропа пройдет и мимо аэропорта Бельбек, ввод в эксплуатацию которого предполагается в нынешнем году. Тропа будет бесплатной и общедоступной.



СЕРГЕЙ ЗЕНКИН

Генеральный директор компании «Роза ветров»

Прогноз на нынешний крымский туристический сезон — исключительно благоприятный, прирост может составить до 20%. Есть устойчивый интерес к региону, есть и спрос — об этом свидетельствуют ранние бронирования, и пакетные предложения будут дешевыми. Рейсов в Крым становится все больше, поскольку, во-первых, зарубежные перевозки у авиакомпаний сокращаются — куда еще им возить туриста? Во-вторых, уже 16 городов России приняли программы субсидирования перелетов в Крым и на другие курорты. Кроме того, популярность отдыха на море растет, а широким туристическим массам, кроме Крыма, податься в нынешнем году в общем-то и некуда. А цены... Думаю, к общероссийским инфляционным показателям стоит добавить — применительно к Крыму — приблизительно 10%.



И поехать, и помчаться

«Увезу тебя я в тундру» — знаменитая фраза из советского шлягера постепенно обретает новый смысл. Ненецкий автономный округ, практически полностью расположенный за полярным кругом, делает ставку на развитие туризма. Несмотря на то что регион находится в самом начале пути, у него есть неплохие шансы стать востребованным направлением для путешествий.

Ненецкий автономный округ (НАО) позиционирует себя как «доступную Арктику», так как одно из ключевых преимуществ региона — его удобное расположение относительно двух столиц. Авиaperелет из Москвы или Санкт-Петербурга до административного центра округа — города Нарьян-Мара — занимает менее трех часов.

Нетронутая северная природа, богатое культурно-историческое наследие, традиционный уклад коренных народов Севера, яркий национальный колорит — все это делает округ привлекательным для туристов. На руку направлению играют два важных фактора: возросший спрос на отдых в России и повышенное внимание властей к развитию заполярных территорий. Однако отсутствие продуманной и поэтапной программы продвижения региона, дефицит качественной инфраструктуры и достаточно высокая стоимость перевозки мешают становлению НАО на отечественном туррынке.

Сегодня въездной поток в регион практически полностью состоит из бизнес-путешествен-

ников, в основном сотрудников нефтяных компаний. С туристическими целями НАО в прошлом году посетили всего 3750 человек.

По словам губернатора округа Игоря Кошина, такие вопросы, как «привлекательна ли Арктика для туристов?» и «стоит ли развивать арктический туризм?» уже давно не стоят. Очевидно, что ответ на них положительный. «Перед нами стоят другие вопросы — как создать современную инфраструктуру в суровых арктических условиях? Как вовлечь местное население в процесс организации туристской деятельности? Как выстроить эффективную модель государственно-частного партнерства в сфере туризма? Как совместить охрану окружающей среды и туристскую привлекательность?» — заявил он на Первом международном туристском форуме «Доступная Арктика».

Год назад НАО взял курс на диверсификацию, на снижение зависимости доходов от добычи нефти. В новой стратегии развития округа туризму выделена особая роль. И если большинство производственных отрас-

ТЕКСТ СОФЬЯ
КОНСТАНТИНОВА



Перелет из Москвы до Нарьян-Мара занимает около 2,5 часов. Регулярные рейсы осуществляет авиакомпания «ЮТейр».



В Нарьян-Маре функционирует несколько комфортабельных гостиниц: «Натали», «Авантаж», «Печора», «67 параллель», но лучшей считается «Заполярная столица». Она располагает 47 современными номерами, рассчитанными на одновременный прием около 60 гостей.

ТОП-5 мест, которые стоит посетить в НАО:

- Остров Вайгач
- Городище Пустозерск
- Тиманский кряж
- Город-призрак Амдерма
- Заповедник «Ненецкий»



3750 туристов
посетило НАО в 2015 году, что
на 350 человек больше, чем
годом ранее.

лей на Крайнем Севере — субсидируемые, то туристическая отрасль, по мнению Игоря Кошина, может стать рентабельным направлением экономики.

ЕСЛИ ТЫ ПОЛЮБИШЬ СЕВЕР

«Мощный стимул для развития туризма в НАО — его культурная составляющая. Регион притягивает своей историей и традициями коренных жителей», — считает генеральный консул Норвегии Уле Андреас Линдеман, также принявший участие в работе форума.

Познакомиться с обычаями и жизненным укладом ненцев можно в этнографическом комплексе «Центр арктического туризма», который расположен всего в семи километрах от Нарьян-Мара. Здесь гостей ждет символическая церемония пересечения полярного круга, ненецкий обряд «очищения», прогулка по экологической «тропе оленя», экскурсия в настоящий чум. В основном здании комплекса находится мини-гостиница, туристы при желании также могут переночевать в гостевом чуме. С недавних пор «Центр арктического туризма» работает как туроператор.

Он стал вторым оператором в НАО после «Красного города». Компании организуют снегоходные экспедиции, вертолетные путешествия, арктическую охоту и рыбалку, экскурсии к уникальным природным объектам (например, на Тиманский кряж или к термальным источникам Пым-ва-Шор) и, конечно, поездки в стойбища к ненецким оленеводам. Для экстремалов разработаны специальные программы выживания в условиях арктической тундры.

«Уже сегодня мы работаем как с российскими, так и с иностранными туристами, и с каждым годом турпоток в регион растет», — рассказывает директор турфирмы «Красный город» Юрий Тюлюбаев. — В прошлом году мы обслужили порядка 200 туристов, а с начала этого года в туре «Чумовые выходные в Арктике» приняли участие более 50 человек».

Программа тура рассчитана на 3 дня и помимо поездки в ненецкий поселок для посещения традиционного стойбища включает экскурсию в краеведческий музей города, который заслуживает отдельного внимания. Здесь расскажут не только о природе и истории края, но и том, чем живет округ сейчас. Например, в музее есть интерактивная карта с указанием полезных ископаемых НАО, а также миниатюрная модель нефтяной платформы «Приразломная».

Местные турфирмы также организуют познавательные туры к месту расположения легендарного Пустозерска — первого русского города за полярным кругом. Если времени не так много, можно ограничиться посещением историко-культурного музея, который расположен в двухэтажном деревянном, ранее жилом «Доме Шевелевых». До 1933 года дом находился в Пустозерске, а сейчас располагается в центре Нарьян-Мара и представляет собой яркий образ северного жилища конца 19 века.

Последние несколько лет Ненецкий автономный округ развивает событийный туризм. Национальный праздник «Смянхат Мерета», ежегодно проходящий в Нарьян-Маре в конце марта и включающий спортивные состязания и захватывающие гонки на оленьих упряжках, может стать еще одним поводом посетить «доступную Арктику». **ТБ**

ОБЪЕДИНЯЯ УСИЛИЯ



Российские заполярные регионы будут развивать свой туристический потенциал под единым брендом «Доступная Русская Арктика». Такое решение было принято на одноименном международном туристском форуме, который прошел в ДК «Арктика» города Нарьян-Мар с 1 по 3 апреля. Организатором выступил Ростуризм совместно с администрацией НАО.

Участники форума сошлись во мнении, что путешествия в Арктику должны стать доступны туристам с различным уровнем дохода. Регионы могут предложить элитные туры (в первую очередь ледокольные круизы, ориентированные на иностранцев), экспедиционные и экстремальные програм-

мы, а также — массовые, рассчитанные на людей среднего достатка. «Только массовый туризм даст мультипликативный эффект и станет драйвером для развития малого бизнеса — гостиниц, ресторанов, производителей сувенирной продукции», — уверен директор Института современного государственного развития Дмитрий Солонников. В форуме приняли участие более 200 человек: представители властей различного уровня, туристических компаний, научного сообщества, бизнеса, СМИ. По результатам обсуждений был принят документ, включающий анализ актуальных проблем и комплекс мер, направленных на развитие сферы туризма в Арктике.

Для русских туристов есть все

Одно из самых популярных и уникальных туристических направлений. Многое здесь со словами «первый» и «самый». Именно в Дубае построены первый искусственный остров для туризма, первый круглогодичный искусственный горнолыжный комплекс, самое большое здание и самые роскошные отели в мире. О стратегической программе развития туризма «20–20» и о том, какое место отводится в ней России, в эксклюзивном интервью «ТБ» рассказал генеральный директор (СЕО) корпорации туризма и коммерческого маркетинга Дубая (Dubai Tourism) ИССАМ АБДУЛ-РАХИМ КАЗИМ.



В прошлом году рост международного турпотока в Дубай составил 7,5%. На каких ключевых рынках фокусирует свое внимание Dubai Tourism? Насколько важен для вас российский рынок?

Россия входит в число десяти наиболее важных для нас стран — поставщиков туристов. Лидеры — Саудовская Аравия, Великобритания и Оман, они ежегодно поставляют в Дубай больше миллиона туристов каждая. Другие страны топовой десятки демонстрируют похожие результаты. На ближайшие несколько лет мы ставим перед собой очень амбициозную цель — к 2020 году ежегодно принимать 20 миллионов туристов. Сейчас этот показатель — 14,2 млн.

Наши главные задачи — увеличить продолжительность пребывания туристов в Дубае, а также число повторных путешественников, создать больше новых возможностей для гостей. Возможности — это и шопинг, и парки развлечений, и многое другое. Например, утром туристы могут покататься на горных лыжах в центре Mall of the Emirates, а вечером — понырять с акулами в аквапарке.

В особом фокусе — повышение уровня сервиса и качества туристического и гостиничного образования.

В настоящее время Россия находится в непростой экономической ситуации. Как следствие, активно развивается внутренний и сокращается выездной туризм. Как в такой ситуации вы собираетесь привлекать в Дубай россиян?

Мы создаем «месседжи», сообщающие, что предлагает Дубай туристам. Стараемся показать, что наша страна — не только люксовое, дорогое направление, но и прекрасное место для семейного и относительно недорогого туризма. Ведь у нас много отелей уровня 3–4*. Так что русские туристы смогут найти здесь комфортный отдых на любой кошелек. Еще одно важное преимущество Дубая — безопасность.

Вы собираетесь привлекать русских туристов, привыкших проводить отпуск в Египте и Турции, странах, которые все еще находятся «под запретом»? Если да, то как?

В Дубае есть все, что ищут ваши туристы на отдыхе. Это пляжи, релакс, спорт, развлечения для семьи, отличная гастрономия. Все виды отдыха можно комбинировать. В календаре событий на этот год — представления Цирка дю Солей, балет Большого театра, популярные фестивали Shopping Festival и Summer Surprises, десятки концертов, мировых спортивных соревнований.

Какие тренды отмечаются в современной гостиничной сфере Дубая?

Строится очень много отелей. К концу этого года в Дубае появится более 100 тысяч новых гостиничных мест. В основном это отели международных сетей — Rixos, St. Regis, Palazzo Versace и ряд других. Мы начали развивать новый интересный сегмент — Holiday homes. Это дома и апартаменты жителей эмирата, которые сдаются для проживания туристов. Такие объекты проходят обязательную сертификацию и контроль качества. Туристы могут выбрать себе «дом» от категории «Стандарт» до Deluxe. В проекте уже приняли участие 57 лицензированных туроператоров и больше 1,6 тысячи апартаментов.

Общеизвестно — Дубай стремительно развивается. Какие новые интересные проекты будут запущены в этом и следующем году?

Из самых громких премьер я бы выделил две. Dubai Parks and Resorts — это три парка развлечений в одном месте: игровой LegoLand, киношный Bollywood и MotionGate по мотивам голливудских анимационных фильмов. Другой интересный парк, IMG, посвящен супергероям. Он откроется до конца этого года. Еще отмечу скорое открытие нового терминала D в международном аэропорту Дубая. После этого Дубай сможет принимать до 90 млн пассажиров в год. **ТБ**

Странички из календаря

Туристическую поездку всегда интересно подгадать под какое-нибудь культурное событие, проходящее там, куда намечено путешествие. В этом отношении Мальта — одно из самых удобных мест на планете. По числу ежегодных праздников и фестивалей эта маленькая страна занимает, пожалуй, первое место в Европе.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДР ПОПОВ

Множество поводов повеселиться подарила богатая история страны, особенно одержанные рыцарями победы: в течение года на Мальте проводится около ста праздничных светских мероприятий. Велико значение большой религиозности мальтийцев. Дни святых покровителей отмечают более 150 городов и деревень. Летом, когда начинается сезон фест (так здесь называют праздники), они устраиваются почти каждый выходной, а нередко и несколько в один день. Фесты проходят красочно, искрят фейерверки, звучат оркестры, музыка несется из автомобилей.

Одна из важнейших частей религиозной фесты — торжественная процессия. Кульминацией становится вынос статуи святого из церкви и шествие с ней под музыку оркестра и треск фейерверков. В дни фесты церкви и примыкающие улицы украшают разноцветными полотнищами, флагами, цветами, электрическими гирляндами.

Мальта — небольшая страна, где до любого места, как говорится, рукой подать, а праздников много. Чтобы не пропустить ничего интересного, нужно знать календарь событий. Предлагаем познакомиться с основными культурными событиями мая и июня 2016 года.

IN GUARDIA

1, 8, 15, 22 мая — проводится периодически

Уже около 45 лет специально для туристов в Валлетте в историческом форте Сент-Эльмо 3–4 раза в месяц круглый год разыгрывается костюмированное представление на рыцарские темы — In Guardia.

В основе сюжета — инспекторская проверка боеготовности гарнизона форта. В спектакле участвуют около ста человек в костюмах и с вооружением конца XVI — начала XVII века. Все они — актеры-любители, это видно по их выправке. Солдаты маршируют, фехтуют, стреляют из мушкетов и пушек, а под конец, развернув знамена, проходят торжественным маршем. Через сеть громкоговорителей идет комментарий на нескольких языках. За «инспекцией» лучше всего наблюдать с балконов

второго этажа казарм, окружающих плац. Красочное действо собирает до 1500 зрителей. После спектакля можно сфотографироваться с солдатами и командором. Начало в 11.00.

ПРАЗДНИК SETTE GIUGNO

7 июня

Национальный мальтийский праздник Sette Giugno отмечается 7 июня в знак памяти о выступлении мальтийцев против британской администрации в 1919 году. Восставшие потребовали создания Национальной ассамблеи, что и было сделано. Памятные церемонии пройдут на площади св. Георгия в Валлетте и в городе Шара на Гозо.

МАЛЬТИЙСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ НАРОДНОЙ ПЕСНИ GHANAFEST

10–12 июня

Праздник музыкального фольклора Мальты проходит в Ботаническом саду Арготти, одном из самых красивых мест на Мальте, очень популярном у туристов. Он находится в предместье Мальты, городе Флориана. Трудно было придумать более подходящие декорации для фестиваля народной музыки. Сад появился еще в 1774 году. В нем собрана богатейшая коллекция растений из разных стран. Вдоль дорожек стоят статуи, журчат фонтаны. Один из них, фонтан Виньякура, почти на три века старше сада. На территории много прудов, текут ручьи, расставлены уютные беседки. Сад Арготти называют «городским раем». Помимо мальтийских артистов в фестивале принимают участие фольклорные коллективы из других стран.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ИСКУССТВ

8 июня — 11 июля

Международный фестиваль искусств проходит в городе Виктория, столице острова Гозо. Это, пожалуй, самый длительный фестиваль на Мальте. В программе — концерты, выставки, мастер-классы. В течение пяти недель состоится 33 концерта, в них примут участие более 600 музыкантов. Все концерты бесплатны.

«ОСТРОВ MTV»

28 июня

Самое крупное событие начала лета — грандиозный Международный фестиваль современной музыки «Остров MTV» (Isle of MTV). Он состоится в Флориане во время Мальтийской музыкальной недели, которая пройдет с 24 по 29 июня. В этом году «Острову MTV» 10 лет, и юбилейное событие станет крупнейшим в его истории. На фестиваль в пригород Валлетты съедутся самые популярные диджеи и артисты со всего мира. «Гвоздь программы» — танцевальные вечеринки на закате у моря. Знаменитый джазовый музыкант Чик Кория как-то сказал: «Мальта — одно из лучших мест для фестивалей на открытом воздухе». Традиционный бесплатный концерт «live» пройдет 28 июня с 18.00 до 23.00. В 2015 году он собрал 40 тысяч зрителей. По традиции во время концерта снимается часовой фильм, который потом демонстрируется по европейским каналам MTV. «Остров MTV» привлекает на Мальту тысячи фанов из разных стран. Многие из них считают «Остров» самым зрелищным ежегодным музыкальным событием Европы. Фестиваль совместно проводят Мальтийское туристическое управление и MTV, тем самым позиционируя Мальту как привлекательное туристическое направление для молодежи.

ТРАДИЦИОННЫЙ ПРАЗДНИК ФОЛЬКЛОРА И ЗЕМЛЕДЕЛИЯ ИМНАРЬЯ

29 июня

Один из древнейших праздников Мальты и Гозо. Он проходит в честь свв. Петра и Павла и посвящен фольклору и земледелию. Название — Имнарья — происходит от слова Luminaria (освещение), потому что раньше, когда этот праздник проходил еще в Мдине, первоначальной столице

Мальты, весь город озарили костры. На Мальте его празднуют в Соборе Мдины, а на Гозо — в деревне Надур. Празднование начинается 29 июня в садах Бускет и продолжается двое суток. В программе — песни, танцы, скачки и, конечно, традиционный мальтийский ужин. **TS**

- www.visitmalta.com
- www.maltafolkmusicfestival.org
- www.isleofmtv.com/tv
- www.maltamusicweek.com

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
- ✦ о. Гозо - неизведанный рай
- ✦ Безопасный отдых
- ✦ Кристально чистое Средиземное море

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

ICS TRAVEL GROUP МТЗ 00176 М «ТУЛЬСКАЯ» (495) 748-4847 (мн.) www.icsmt.ru	БИЛЕТНО ГЛОБУС МТЗ 01170 М «ЛУБЯНКА», «СЕМЕНОВСКАЯ» (495) 504-2555 www.bigooperator.ru	ВАНД ВОРЖ МТЗ 01080 М «ТВЕРСКАЯ» (495) 780-3661 www.vand.ru	ДИАЛОГ МТЗ 01040 М «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ» (495) 730-2022 (мн.) www.maltaresort.ru
ИНСАЙТ-ЛИНГА МТЗ 00842 М «НОВОСЛОБОДСКАЯ» (495) 795-0622 www.IL.ru	TK МЕЛИТА МТЗ 01100 М «АРБАТСКАЯ» (495) 419-1922 www.maltatour.ru	НАТАЛИ ТУРС МТЗ 00867 М «МАЯКОВСКАЯ» (495) 792-58-28 www.natalie-tours.ru	РУССКИЙ ЭКСПРЕСС МТЗ 00800 М «ТАГАНСКАЯ» (495) 925-8899 www.r-express.ru
СТЪ ТУРС МТЗ 00865 М «ДОСТОЕВСКАЯ» (495) 799-4779 www.sttour.ru	СТУДЕНТС ИНТЕРНЭШНЛ МТЗ 01000 М «СЕРГИЙЕВСКАЯ» (495) 956-1578 www.studentint.ru	ТРОВЕЛМАРТ МТЗ 01080 М «ТАГАНСКАЯ» (495) 925-8330 www.tymalta.ru	

МАЛЬТА - НЕ ПРОСТО ОТДЫХ!
MALTA IS MORE
www.visitmalta.com

МАЛЬТА

РЕКЛАМА

Коста-Дорада — море, вино и гастрономия



Туристические власти испанского региона Таррагона, расположенного в часе езды от Барселоны, делают ставку на пока еще малораскрученные виды туризма.

ТЕКСТ ИВАН КАЛАШНИКОВ

Первое, что приходит на ум при упоминании курорта Салоу на побережье Коста-Дорада — это известный парк развлечений Port Aventura — обязательное место посещения всеми туристами. Но морское побережье вокруг Салоу, относящееся к области Таррагона, с небольшими уютными городками Камбрилс, Калафат, Л'Амеллья-де-Мар, Мон Руж может предложить туристам гораздо больше интересных возможностей отдыха. Почти все их можно объединить общей темой «море, вино и гастрономия».

Таррагона — настоящий рай для активных туристов, которые найдут здесь очень большой выбор из программ на воде со спортивным или просто развлекательным характером. И в Салоу, и в Камбрилсе, и в Калафате, и в других городках побережья действуют центры водных видов спорта Estaciones Náuticas. В них можно пройти яхтенные курсы, позаниматься в школе виндсерфинга, кайтсерфинга, вейкборда. Или просто погонять на водных лыжах или водных мотоциклах jet-ski. Туристам также предложат отправиться вдоль побережья в поход на каяках. Или приобщиться к забавной и популярной сейчас гребле на доске-серфе — surfpaddling. А любителям спортивных новинок понравятся полеты над водой «с адреналином» на специальных досках flyboard, взлетающих на водометах на несколько метров над поверхностью моря.

Из любого курорта побережья можно совершить самостоятельные (или со шкипером) прогулки на катере вдоль живописного побережья

НЕ ПРОПУСТИТЬ В ТАРРАГОНЕ

- Парк развлечений Port Aventura в Салоу
- Тематические ужины в ресторанах Камбрилса
- Винодельня Priorat
- Центр художника Жоана Миро в деревушке Мон-Руж
- Живописная прибрежная дорога Ками-де-Ронда
- Мыс Кавалл и скала Таллада
- Маяк Салоу

или отправиться в круиз (на 5 часов) на большом морском катамаране Ocean Fly. В программе — барбекю на борту и купание с маской и трубкой в открытом море.

Есть на побережье Таррагоны и свои эксклюзивные туристские программы. Например, снорклинг в море с наблюдением за красными тунцами. Эти рыбы выращиваются в специальных больших бассейнах, окруженных сетями, которые расположены в трех километрах от побережья Салоу. Громадные тунцы достигают двух-трех метров в длину.

Плавание рядом с ними в гидрокостюмах вдали от берега — это настоящее приключение. «Тунцовые туры» (Tuna Tour) собирают туристов со всего мира. Они выполняются на двухпалубном катамаране из городка Л'Амеллья-де-Мар с апреля по октябрь. На борту туристов ждет ланч и дегустация блюд из тунца.

Другое уникальное предложение — выход в море на целый день на рыболовецком судне с участием в традиционной ловле рыбы сетями или тралами. Как говорят знатоки, такое полное погружение в жизнь рыбаков, позволяющее испытать все тяготы и сверхнагрузки их морской жизни, оставляет незабываемые впечатления.

И хотя очевидно, что «водные» программы у туристов, отдыхающих на море, всегда в приоритете, их можно и стоит комбинировать с различными экскурсиями. Например,



с посещением деревушки Мон Руж — родины всемирно известного художника-авангардиста Жоана Миро; здесь до сих пор сохранились места, изображенные на его картинах. Или с поездкой на одну из лучших в Таррагоне виноделен Priorat — с показом производства вина, дегустацией и покупкой местных вин, отмеченных высокой оценкой DOC.

Во время отдыха в Таррагоне туристы не смогут обойти вниманием и местную кухню, особенно богатую разнообразными блюдами из рыбы и моллюсков. Каждую неделю во всех ресторанах Камбрилса и других прибрежных городов проходят тематические ужины. Туристы могут, например, попасть на неделю традиционных закусок-тапас или неделю кальмаров.

Менеджер по продвижению офиса по туризму Салоу Давид Васкес уверен, что различные специальные виды отдыха придутся по вкусу российским туристам и помогут сделать поездки в регион более привлекательными и в высокий сезон, и в межсезонье — в апреле—мае и в сентябре—октябре. **ТВ**

Ассоциация центров водных видов спорта Испании — Estaciones Náuticas

www.estacionesnauticas.info

www.disfrutaelmar.com

Отдел Туризма Посольства Испании в Москве

www.spain.info



Шестиметровые sireны — символ рыбацкого Камбрилса. Композиция установлена на набережной пять лет назад в память о моряках, погибших во время шторма в 1911 году



ВОСЕМЬ ВОДНЫХ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В ТАРРАГОНЕ

- 1 Круиз на морском катамаране из Камбрилса или Салоу с барбекю и купанием в открытом море (37 евро)
- 2 Круиз на катамаране со стеклянным дном с барбекю и купанием
- 3 Курсы управления яхтой для взрослых и детей (от одного дня, от 130 евро)
- 4 Курсы виндсерфинга (от одного дня, от 117 евро)
- 5 Курсы вейкборда (1–10 занятий, от 35 евро)
- 6 Гребля на доске Puddle Surf (10 евро в час)
- 7 Морская рыбалка (5 часов — 85 евро)
- 8 Наблюдение за красными тунцами (отплытие из Л'Амеллья-де-Мар)



Пляж в Агадире

Пишем новую страницу

Лишь 50 тысяч российских туристов посетили Марокко в лучшем по этому показателю 2013 году. Год спустя их было 37 тысяч, в 2015 году — около 30 тысяч. Удивительные цифры для страны, туристические достоинства которой признаны во всем мире. В этом году власти и туриндустрия Марокко намерены открыть новую страницу развития туристических отношений с Россией.

ТЕКСТ
ЭЛЕОНОРА АРЕФЬЕВА

Марокко — настоящая туристическая держава: 33-миллионная страна ежегодно принимает 10 млн гостей. Лидирует Франция — более 4 млн человек.

По итогам 2015 года Марокко — самая посещаемая европейцами неевропейская страна.

Для привлечения туристов из России власти Марокко разработали специальную стратегию. По словам Самира Сусси Риаха, главы национального туристического офиса Марокко в России и СНГ, для начала стоит задача довести число российских туристов до 100 тысяч, потом удвоить и эту цифру.

Отельеры Марокко для нашего рынка в этом году предложат значительные скидки, так что продукт будет сопоставим по цене с другими популярными в России туристическими дестинациями. При этом растет число гостиничных комплексов, предлагающих услугу «все включено»: почти 80% курортных отелей начали сезон в качестве all inclusive.

На рекламную кампанию туристических возможностей Марокко на российском рынке выделено \$2 млн, предусмотрено размещение наружной рекламы, рекламы на радио, в прессе, в интернете. Запланировано провести в этом году Дни Марокко в России, roadshow, инфотуры.

В стране активно проходит подготовка русскоязычных экскурсоводов: только в Агадире сейчас готовы работать с туристами из России 70 гидов.

Марокко, в отличие от большинства стран Магриба, миновали политические коллизии и сопутствующие им нестабильность, теракты, война. Здесь прекрасные дороги с особой системой наблюдения, надежно охраняемые отели и прилегающие к ним территории, низкий уровень преступности.

Благоприятствует росту турпотока и безвизовый режим: в 2002 году король Марокко Мохаммед VI после визита в Москву отменил визы для россиян.

**ЛЕТОМ — ПЛЯЖ,
ЗИМОЙ —
СТАДИОН**

С севера Марокко омывается водами Средиземного моря, с запада — Атлантикой. Пляжи считаются одними из лучших в мире. Самый посещаемый россиянами курорт — Агадир. Купальный сезон здесь длится с марта по ноябрь. Горами

Атласа город надежно укрыт от ветров, а солнце здесь — 300 дней в году. Пляжи настолько широки, что в низкий сезон местное население использует их под импровизированные футбольные стадионы, протяженность береговой полосы — 16 км. Агадир славится своей



Глинобитный город Айт-Бенхадду, памятник Всемирного наследия ЮНЕСКО

мариной — здесь проводятся престижные регаты. В городе и окрестностях четыре теннисных корта. В каждом отеле высокого уровня есть центр талассотерапии.

Туроператоры Марокко готовят для россиян, которые поедут на отдых в Агадир, набор экскурсий по окрестностям и комбинированные туры с посещением других городов страны. В Тафрауте можно увидеть доисторические наскальные рисунки, тут же есть и скала, расписанная бельгийским художником Жаном Вераном, а поселок Эс-Сувейра, к примеру, привлекает серферов лучшей волной на побережье.

Благоустроенными песчаными пляжами славится побережье между Касабланкой и Рабатом.

На средиземноморском побережье Марокко особое внимание привлекает Саидия с 14-километровой береговой полосой, этот молодой курорт Марокко называют «голубой жемчужиной». Для активного отдыха здесь устроены гольф-площадки и теннисные корты, поклонников водных развлечений ждут парусники, катамараны, рыбалка и дайвинг в кристально чистых водах.

«И ГЛАЗА ТУРИСТА НЕ УСТАЮТ»

Историческое наследие страны манит туристов со всего мира не меньше, чем ее сказочное побережье. Самый популярный тур — «Имперские города Марокко», с посещением Феса, Мекнеса, Рабата и Марракеша. Все эти города в разное время были столицами государства.

Марракеш — один из самых любимых туристами марокканских городов. Улочки древней медины и без декораций подошли бы фильму о древнем Востоке, на центральной площади города, как и сотни лет назад, готовы предсказать судьбу гадалки, а туристы загадывают желания при виде водоносов.

Два миллиона туристов принимает этот город ежегодно. Среди его поклонников немало именитых гостей, которые, однажды посетив Марракеш, уже не смогли расстаться с этим городом надолго. Французский художник Жак Мажорель в 1920 году приобрел в городе усадьбу и основал парк, в котором сейчас собраны растения и деревья со всего мира. Знаменитый купюрье Ив Сен-Лоран купил сад в 1980-м и подарил его позже любимому им Марракешу. В студии, где работал Мажорель, теперь расположен Музей берберских древностей.

При всей самобытности Марракеш все время меняется, и прежде всего — его туристические объекты. В городе открываются новые отели,



ТОП-5 ЭКСКУРСИЙ

- Имперские города
- Гранд-тур по Марокко
- Юг Марокко — пустыня Сахара
- Агадир — Марракеш — Эс-Сувейра
- Марракеш + горы Атласа

Национальный перевозчик Royal Air Maroc открыл регулярный рейс Москва — Агадир с посадкой в Касабланке, полеты в высокий сезон будут выполняться три раза в неделю. Планируется увеличить полетную программу за счет открытия прямых рейсов из других крупных российских городов.

которые предлагают семейный и молодежный отдых, отдых на природе. В горах Атласа проложены отменные горнолыжные трассы. Есть возможность поправить здоровье в современных велнес-центрах. Целебным считается и климат Марракеша: сухой воздух города, окруженного со всех сторон горами, окаймленного оливковыми плантациями и апельсиновыми садами, помогает при лечении заболеваний органов дыхания.

Узкие улочки медины Рабата всегда заполнены путешественниками, но еще более колоритное место — древняя крепость Касба Удайя, со стен которой открываются фантастические виды на Атлантику, устье реки Бу-Регрег, отделяющей Рабат от города-спутника Сале. Популярны у туристов Королевский дворец, минарет Хасана XII века, мавзолей Мохаммеда V, Музей марокканского искусства, Национальный музей ремесел.

От Рабата рукой подать до Касабланки. Здесь встречаются морские пути, соединяющие Европу, Африку и Америку. Космополитизм Касабланки, ее многоязычье, учащенный ритм — все это так не похоже на остальные города Марокко. И, конечно, это город делового туризма: и здесь, и в Рабате можно организовать бизнес-мероприятие любого формата, новые конгресс-центры принимают в том числе и крупнейшие международные форумы.

В Касабланку едут и за тем, чтобы посмотреть Великую мечеть Хасана II, построенную в 1993 году. «Трон Аллаха находится на воде» — архитектор мечети Мишель Пинсо спроектировал ее так, что кажется, будто это гигантское сооружение плывет по волнам Атлантики.

А что же после Касабланки? Мекнес — «город ста минаретов», Фес с самой запутанной мединой... Как выразился один марокканский гид, гости страны нередко выбирают гранд-туры, проезжают по 2000 километров и восхищаются разнообразием пейзажей — глаза туристов не устают. **TE**

Международный фестиваль номадов



Хорватия или Черногория:

ТЕКСТ
ВИКТОРИЯ ЛОПУХОВА

В летнем сезоне прошлого года благодаря взвешенной ценовой популярности направлений у российских туристов. Удастся ли и какие прогнозы дают туроператоры

ПОПУЛЯРНАЯ ЧЕРНОГОРИЯ

По оценкам экспертов, в прошлом году спрос на зарубежные курорты снизился примерно на 30%. В первую очередь это коснулось европейских направлений. Сказалось увеличение стоимости евро к рублю и общая политическая ситуация в стране. Исключением стала Черногория.

Во-первых, это единственная безвизовая страна на всем европейском Средиземноморье. Выбирая Черногорию, туристы смогут избежать дополнительных материальных и физических затрат на оформление документов. Цены внутри страны немного дешевле в сравнении с той же Хорватией. Отсутствие визы дает возможность бронировать туры по системе last minute. К тому же очень удобный перелет, который занимает всего 2,5 — 3 часа.

Кроме того, популярные отели страны предлагают различные типы питания: от завтраков до наиболее востребованного «полного пансиона» и «все включено», что, несомненно, поможет оптимизировать расходы на отдых.

«В этом сезоне Черногория, конечно, возьмет на себя часть турецкого турпотока, но потягаться в уровне сервиса будет сложно, это другой стиль отдыха. В Хорватии отели составляют около 90% от общего размещения, остальное — частный сектор, в Черногории же все наоборот», — рассказывает Юлия Жадан, руководитель отдела Хорватии и Черногории компании «Русский экспресс».

Российские туристы чаще всего отправляются в Черногорию на 10–12 дней, выбирая трех- и четырехзвездные гостиницы. В DSBW активнее всего бронируют отели Avala 4* и Slovenska Plaza 3* в Будве, а также Monte Casa 4*, Rivijera 4* и Vile Oliva 4* на курорте Петровац. Помимо этого, популярны гостиницы на курорте Бечичи: Iberostar Bellevue 4*, Sentido Tara 4*, Mediteran 4*, Montenegro 4*, Vila Evropa 3*.

Этим летом практически все туроператоры увеличивают объемы перевозки. Причем рейсы ориентированы не только на организованных туристов, так как многие россияне имеют в Черногории свою недвижимость. Формируя полетную программу, туроператоры учитывают ситуацию прошлого года. Как отмечают в «Русском экспрессе», спрос на данном направлении в 2015 году превышал предложение в три раза.

На данный момент пока никто из туроператоров не может похвастаться большой глубиной продаж. Однако это временное явление, считают эксперты. Ближе к лету бронирования пойдут активнее.

Что касается цен внутри страны, по сравнению с прошлым годом увеличение есть, но не существенное. «Средний чек в ресторанах от 20 до 35 евро на человека, в зависимости от того, что заказывать. Насколько это приемлемо для среднего туриста, судить сложно. По европейским меркам цены вполне разумные, но если перевести в рубли, то получается довольно накладно. Хотя туристы всегда могут найти способ сэкономить, например, забронировать в качестве размещения номер в частном апартаменте с мини-кухней. Тут, конечно, есть определенный минус, кто-то из туристов будет время от времени «отдыхать» у плиты, но зато экономия по деньгам может получиться довольно ощутимой», — комментирует Денис Фомин, руководитель отдела Хорватии и Черногории компании DSBW.

В 2015 году в Черногорию и Хорватию поехало большое количество самостоятельных туристов из Европы. Эксперты предупреждают: в этом году ситуация может повториться, и в высокие даты оба направления будут находиться в зоне дефицита размещения. Поэтому туроператоры советуют бронировать туры заранее, чтобы избежать отказов.



КУДА КАЧНЕТСЯ МАЯТНИК

политике местных отельеров Черногория стала одним из самых Черногории сохранить лидерство среди европейских направлений относительно Хорватии?

STOP SALE В ОТЕЛЯХ ХОРВАТИИ

В прошлом году Хорватию посетили 112,9 тысячи российских туристов, что почти на 30 тысяч человек меньше, чем в 2014 году. В нынешнем году некоторые российские туристические компании и хорватский турбизнес возлагают большие надежды на увеличение турпотока из России. «В прошлом году спрос на Хорватию превышал предложение в два раза, но мы не могли этого предусмотреть, поэтому не стали рисковать и увеличивать объемы перевозки», — комментирует Юлия Жадан из «Русского экспресса».

Большинство туроператоров реализуют полетные программы как на «регулярке», так и используя чартерные цепочки. К примеру, DSBW полетит регулярными рейсами «Аэрофлота», S7 и Montenegro Airlines. Чартерные рейсы компания поставила до курорта Тиват («Ямал» и Red Wings). «Русский экспресс» начинает полетную программу в Хорватию с 28 мая на чартерных рейсах Royal Flight. Дополнительно есть регулярные рейсы авиакомпанией S7 до Пулы и возможность рассчитать перелет на «Уральских авиалиниях» через Тиват.

Относительно глубины продаж мнения туроператоров едины. В ряде опрошенных компаний сообщили, что пока существенной глубины продаж нет практически ни по одному направлению. «Все зависит от курса евро. Как только курс падает — агентства активно бронируют, курс начинает расти — бронирования прекращаются», — комментирует Юлия Жадан.

Несмотря на общее снижение покупательской способности россиян, нишевые направления, к которым относится и Хорватия, всегда находят своего клиента. Хотя есть и сдерживающие факторы. К примеру, россиянам для посещения Хорватии необходимо получить национальную визу, однако для этого не нужно сдавать биометрические данные — весомое преимущество по сравнению с «шенгенскими» странами.

Средний чек по Хорватии в валютном эквиваленте остался примерно на уровне прошлого года. Хорватия не является массовым направлением, ориентируясь на определенную целевую аудиторию туристов. Ее курорты никогда не считались демократичными по ценовому уровню, кроме того, страна продолжает придерживаться традиционной концепции туризма, когда отдыхающие не проводят большую часть времени в отеле или на пляже, а знакомятся со страной и достопримечательностями. «Что касается экскурсий, их средняя стоимость в Хорватии и в Черногории от 40 до 90 евро», — рассуждает Денис Фомин.

Самыми популярными экскурсионными программами остаются Плитвицкие озера, Национальный парк Крка, экскурсия в Венецию, тур по Дубровнику, экскурсия в Черногорию.

Увеличивая перевозку, туроператоры опасаются, что большинство номеров в популярных отелях Хорватии в разгар сезона станет на stop sale в пользу европейских рынков. «Такие опасения действительно есть, так как Турция сейчас закрыта не только для россиян, но и для немцев и британцев. А они составляли большую часть турпотока этой страны. Туристов из Германии перенаправят в Хорватию. Для них это самое удобное направление, можно доехать на машине всего за полдня. Уже сейчас мы видим большое количество stop sale по Хорватии, но они не совсем «реальные». Отельеры перестраховываются и придерживаются номера для европейских туристов. Хотя отказов в бронировании пока не было», — комментируют в «Русском экспрессе».

Российские компании осторожничают и все же постепенно расширяют свои программы по Хорватии. Так, например, TUI Россия помимо Истрии добавила в этом сезоне Среднюю и Южную Далмацию (Сплит). **15**





В Баварию по маршруту Москва — аэропорт Альгой-Мемминген — Москва начала летать авиакомпания «Победа». К России стало ближе Боденское озеро: эта курортная область считается одной из самых привлекательных в Германии, но для наших туристов пока остается малоизвестным направлением. До озера от аэропорта ехать меньше часа.

Бодензее стало ближе

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДР ПОПОВ



СРЕДНЕВЕКОВОЕ НАСЛЕДИЕ

Вокруг озера стоят сохранившиеся средневековый характер города: Констанц (на фото), Иберлинген, Вассербург, город-остров Линдау. Церкви и монастыри, памятники Всемирного наследия ЮНЕСКО на острове Райхенау и в швейцарском Санкт-Галлене свидетельствуют, что Боденское озеро издавна находится на одном из важнейших перекрестков европейской истории. Прибрежными городками лучше всего любоваться с воды.

Бодензее омывает границы Германии, Швейцарии и Австрии. Оно состоит из Верхнего и Нижнего озер, а также соединяющего их участка «дядюшки» Рейна, который протекает через оба водоема и несет свои воды дальше на север страны. Протяженность береговой линии Боденского озера — 273 км. Из них 177 км приходится на Германию.

Местные ландшафты украшают разноцветные паруса на водной глади, пальмы на набережных, виноградники и яблочные сады на живописных приозерных склонах, за озером — роскошная горная гряда. Прогулочные пароходы заходят в порты трех прибрежных стран. Здесь нет промышленных предприятий, воду из озера можно пить, летом хорошо купаться. Прекрасная репутация у местной кухни.

Одна из главных достопримечательностей озера — остров Майнау. Его называют «цветочным раем». Благодаря местному микроклимату здесь можно выращивать тропические и субтропические растения. Роскошные сады и парки окружают замок семьи графов Бернадотт. В «цветочном раю» можно увидеть почти 30 тысяч розовых кустов 12 тысяч сортов, георгины нескольких сотен видов, множество редких деревьев. Очень красива Итальянская мраморная лестница, украшенная цветами, меж которыми по широким ступеням струится вода. Экскурсионный маршрут по Майнау проходит через Сад роз, Пальмовый парк, Сад георгинов,

Сад экзотических деревьев и крупнейший в Германии Дом бабочек.

Один из крупных экономических центров на Боденском озере и родина немецких дирижаблей — город Фридрихсхафен. Сегодня построенные по новым технологиям дирижабли — туристический аттракцион. Над озером организуются прогулочные полеты. Парящие в воздухе серебристые гиганты напоминают, что на берегах Бодензее граф Фердинанд фон Цеппелин и Клод Дорнье в начале XX века заложили основы немецкой авиации.

Швейцарская часть берега Боденского озера тянется на 69 км. Здесь находится очень примечательный городок Штайн-ам-Райн. Отсюда из Нижнего озера вытекает Рейн. Прогулка на пароходу от Штайн-ам-Райна к самому большому в Европе Рейнскому водопаду считается одним из живописнейших европейских маршрутов. Перед водопадом пассажиры сходят на берег, чтобы полюбоваться, как водный поток шириной около 150 м низвергается с 23-метровой высоты — в секунду около 800 тысяч литров воды! Более 2 млн туристов ежегодно приезжают сюда.

Через город-остров Линдау с его украшенным башнями портом и красивым историческим центром путь ведет в Австрию. Ее побережье занимает 27 км. Туристов привлекает Брегенц. Тысячи зрителей приезжают сюда ежегодно на музыкальный фестиваль Bregenzer Festspiele, проходящий на фоне панорамы Боденского озера. В этом году он проводится с 20 июля по 21 августа. **ТБ**

На мини-вэне по Европе

Поэт, музыкант, телеведущий, актер, занимается рекламным бизнесом, а еще перевел на русский язык тексты многих зарубежных мюзиклов, поставленных в Москве. При всех своих достижениях Алексей Кортнев в общении прост и доброжелателен, нет никакого налета звездности. Вот только из-за огромного количества дел, постоянных поездок и перелетов из города в город и из одной страны в другую выкроить время для интервью оказалось совсем непросто.

Алексей, вас сложно застать в Москве, вы постоянно на гастролях. Можно ли сказать, что путешествие для вас — образ жизни?

Во многом да. На протяжении уже десятилетий раз в неделю, а иногда и чаще, мы куда-нибудь выезжаем. В основном в российские города, но бывают и зарубежные поездки.

Другими словами, оседлая жизнь в подмосковном доме вам не подходит и вы бы так жить не смогли?

Когда я имею возможность три-четыре дня, а иногда даже больше, оставаться со своей семьей, это мне очень нравится. Ну а по-другому я жить не пробовал. Я не знаю, как чувствовал бы себя, если бы мне пришлось просидеть безвыездно, допустим, месяц. Такого у меня не было последние лет 25. Но, подозреваю, если это произойдет, через несколько недель я взвою от тоски. Так что мой сегодняшний ритм жизни с паузами в несколько дней кажется мне оптимальным.

Давайте попробуем немного помечтать о том, каким бы могло быть ваше идеальное путешествие. Куда бы вы поехали, кого с собой взяли?

Я очень люблю автомобильные путешествия на мини-вэне по Европе с семьей и друзьями. У каждой такой поездки есть определенная конечная цель — горнолыжный курорт или гольф-поле, например. А по пути мы делаем остановки в исторических городах и заповедниках, осматриваем памятники и музеи, любимся природой. Идеальное путешествие должно быть не слишком торопливым, но и не слишком медленным. Для этого нужно иметь несколько хороших водителей, которым ты доверяешь, и можешь расслабиться, пересев с водительского места на пассажирское.

Какие места в Европе запомнились вам особенно?

Запоминается многое. Но самое большое впечатление на меня производят горные дороги сквозь альпийские ущелья и виды,



открывающиеся с них. Мне кажется, что природа, а в Альпах она сохранена очень хорошо, дает много очков вперед любым строениям, выполненным руками человека. И даже такие прекрасные города, как Флоренция или Венеция, все равно никогда не сравнятся по величественности, по какой-то своей первозданной мощи с творениями самой природы.

Когда вы сейчас описывали Альпы, мне вспомнилась Америка с ее водопадами, Гранд-Каньоном, парком Йеллоустоун. Доводилось ли вам там бывать?

Еще в 90-х годах мы гастролировали по Штатам со студенческим театром МГУ. Сначала проехали все западное побережье, а потом двигались вдоль американо-канадской границы. Увидели невероятное количество красивых мест, включая и Йеллоустоун. Это была незабываемая поездка. До сих пор помню удивительные по красоте горные перевалы в штате Монтана, где среди жаркого лета мы проезжали через заметенные перевалы, поскольку неожиданно выпал снег. В парке Йеллоустоун мы видели гризли, от которых, правда, старались держаться подальше. Нас предупредили, что за неделю до этого они задрали человека.

Сейчас гастроли для вас являются работой, источником дохода, а в те времена, наверное, на первом месте стояло желание увидеть мир?

Действительно, в те годы мы почти ничего не зарабатывали, играли для собственного удовольствия, путешествовали по миру, ездили с фестиваля на фестиваль. Это была скорее культурная программа, а не заработок. Надо понимать, что тогда совсем недавно рухнул железный занавес, и нам, людям, которых раньше не выпускали за рубеж, было безумно интересно попасть за границу. Поэтому в 90-х годах мы объехали не только США, но и почти всю Европу. Побывали на всех значимых фестивалях: от Авиньонского до Эдинбургского.

А в роли уличного музыканта вам никогда не приходилось выступать?

И не раз! И в Штатах, и в Европе мы с огромным удовольствием играли в самых разных городах. В Берлине, Вене, Эдинбурге, Лондоне, Кембридже, Нью-Йорке... Это было очень интересно, к тому же мы и зарабатывали неплохо. Например, когда мы ездили с гастролями в Англию, нам платили 25 фунтов в неделю, поэтому заработанные на улице 20–25 фунтов в день казались очень важными. Во время уличных выступлений происходили любопытные эпизоды. Например, однажды в Барселоне в толпе слушателей появилась очень красивая девушка и начала танцевать, а в паузах между песнями она обходила толпу и собирала деньги. Через полчаса она удалилась, но совершенно неожиданно вернулась с несколькими бутылками вина. Мы разговорились,

выяснилось, что она родом из Харькова, уже много лет живет в Барселоне, работает танцовщицей в каком-то шоу. После того как мы распили принесенные ею бутылки, она потащила нас к своему бойфренду, владельцу бара. И напоила нас там до положения риз. Это совсем не обрадовало ее бойфренда, но она была счастлива встретить музыкантов, поющих на русском. Танцовщица стала нашим гидом по Барселоне, к сожалению, всего на один день, поскольку следующей ночью мы уезжали.

Какая национальная кухня вам нравится больше всего?

Больше всего мне нравится восточная кухня. Я обожаю китайскую, тайскую, а также японскую кухню, хотя она разительно от них отличается. Мне очень нравятся некоторые индийские блюда. А вообще, если меня спросят, в каком ресторане я хотел бы поселиться навсегда, я выберу китайский из-за невероятного разнообразия вкусов и блюд.



Вы заядлый горнолыжник. Куда-нибудь ездили недавно?

В январе мы отдыхали в Австрии в городке Серфаус. Это наша первая поездка, в которой мы с Аминой и тремя детьми были сами по себе. То есть без помощницы, няни, троюродных братьев и сестер, помогающих нам следить за детьми. Нам так повезло, что с нашим приездом начал идти снег! Склоны, которые оставались зелеными еще недавно, уже через сутки оказались завалены снегом и стали очень комфортными для катания. Это единственный город в Альпах, в котором есть метро. Оно тянется от огромной общественной парковки при въезде в город и до нижних ступеней подъемника. Получается, что автомобили по городу не ездят — остаются либо на общественной парковке, либо на стоянке у гостиницы.

В городе царят тишина и спокойствие. Это чудное место, приспособленное именно для семейного отдыха.

Мы говорили о путешествиях за рубежом. Но и внутри России есть масса любопытных и красивых мест, не правда ли?

Конечно, да. Мы иногда и без всяких гастролов по нашей стране путешествуем. Например, прошлой осенью с женой и детьми устроили тур по Золотому кольцу, чтобы показать ребятам малые города России, окружающие Москву. Я в восторге от Суздаля: город ухожен, вычищен, превращен в выставочный экспонат. Это очень радует, поскольку еще несколько лет назад он производил совсем другое впечатление, а теперь выглядит роскошно. К сожалению, этого нельзя сказать о Ростове Великом, где состояние дорог, зданий и храмов порой просто плачевно. Будем надеяться, что через несколько лет расцветет и этот древний российский город. **ПБ**

Беседовал Александр Славущий

ПРОЕКТ Destinations TiN ATI ONS

Проект Destinations — тематические выпуски издательского дома «Турбизнес» — появился в 2001 г. В наших изданиях подробно рассказывается о туристических возможностях тех или иных стран, городов, курортов, о видах туризма; они служат хорошим подспорьем российским туристическим компаниям в их повседневной работе. В течение года у нас выходит до 40 наименований в печатных и онлайн-версиях. Такие выпуски, как «Путешествие за здоровьем», «Летняя карта путешествий», «Зимняя карта путешествий», «Технологии», посвящены туристическим и техническим продуктам российских туроператоров и технологических компаний, работающих в сфере туризма. Мы тесно сотрудничаем с туристическими организациями других стран. В числе наших партнеров — Великобритания, Венгрия, Германия,

Чехия, Франция, Италия, США, Швеция, Шотландия, ОАЭ и другие страны. Особенно активно мы работаем на немецком направлении. Ежегодно выходят тематические выпуски, посвященные Баварии, Баден-Вюртембергу, Берлину, Гамбургу, Кёльну, Саксонии, Франкфурту. За минувшее время под флагом Destinations вышли свыше 180 печатных изданий, около 130 из них — по заказам зарубежных национальных туристических организаций, общим тиражом более 1,5 млн экземпляров. С их PDF и E-версиями можно познакомиться на нашем сайте www.tourbus.ru под кнопкой «Архив тематических выпусков».

Проект представлен и в социальных сетях. На наш «ЖЖ» можно выйти, кликнув соответствующую иконку на первой странице сайта. Мы готовы к сотрудничеству.

Дополнительная информация: +7 (495) 723-72-72 • reclama@tourbus.ru **Ольга Гришина**



ШТУТГАРТ И ОКРЕСТНОСТИ
СПРАВОЧНИК ТУРАГЕНТА
Объем: 24 страницы
Партнер: компания *Stuttgart Marketing GmbH* — официальный партнер туристической организации *Баден-Вюртемберга*



TRAVEL NEWS
ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ
Онлайн-проект
Партнер: аэропорт г. Мюнхена



ЖУРНАЛ О КЁЛЬНЕ
КАК ЦЕНТРЕ ЗДОРОВЬЯ И ТУРИЗМА
Объем: 38 страниц
Партнер: туристическая организация *Koeln Tourismus*



САКСОНИЯ
СПРАВОЧНИК ТУРАГЕНТА
Объем: 36 страниц
Партнер: организация по развитию туризма при правительстве Саксонии *Tourismus Marketing Gesellschaft mbH / T | M | G | S*

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