

№5 Май 2012

www.tourbus.ru

Турбизнес

Travel Trade Russia



Авиаотрасль



WWW.BREEZE.RU

**КРУИЗЫ
ОТ БРИЗА**

Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2012

20 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

НОМИНИРОВАНИЕ
с 1 АПРЕЛЯ

ГОЛОСОВАНИЕ
с 1 ИЮЛЯ

ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ
18 СЕНТЯБРЯ 2012 г.

Дополнительная информация:

Екатерина Тынянова

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

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТА:



conference.ru

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



ТОРГОВО-
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА РФ

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ЗАРУБЕЖНЫЙ ПАРТНЕР:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
СТРАХОВОЙ ПАРТНЕР
ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ:

Ренессанс[®]
страхование

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ТРАНСПОРТНЫЙ
ПАРТНЕР НАГРАДЫ:



Генеральный директор
ИВАН КАЛАШНИКОВ
Заместитель генерального директора,
главный редактор
ЕЛЕНА БОРИСОВА
Заместитель главного редактора
ЯН ХВИЛЕР
Заместитель главного редактора,
главный художник
АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН
Редакция
СЕРГЕЙ ДЕМЕТЬЕВ,
АННА ЮРЬЕВА
Корректор
МАРИНА МАРТЫНОВА
Художник
КОНСТАНТИН ПОТАПОВ
Дизайнер
СВЕТЛАНА ОБУХОВСКАЯ
Фотографии ЕВГЕНИЙ РОГОВ,
АЛЕКСАНДР САЙГАНОВ
Редактор сайта www.tourbus.ru
МИХАИЛ ШУГАЕВ
Отдел рекламы ОЛЬГА МАЛЬЦЕВА,
НАТАЛИЯ ДАЛЕВИЧ,
ЕВГЕНИЯ ШУМАНСКАЯ
Отдел распространения
ЛАРИСА ТАРАСЮК
Отдел workshop ЛЮДМИЛА СИВОВА
Приложения «Турбизнес»
АЛЕКСАНДР ПОПОВ
Учредитель ООО «Турбизнес»
Издатель ООО ИД «Турбизнес»
Отпечатано в России
Тираж 8 000 экз.
Адрес редакции
Москва, Суворовская площадь, д. 2, стр. 3
Почтовый адрес
107031, Москва, а/я 32
Тел./факс (495) 723-72-72
E-mail редакции
tb@tourbus.ru
E-mail рекламного отдела
reclama@tourbus.ru
E-mail отдела workshop
workshop@tourbus.ru
Интернет www.tourbus.ru
Журнал «Турбизнес
на Северо-Западе» (СПб)
(812) 335-08-83, 310-32-45
E-mail tourbus@westcall.net



Подписка на «Турбизнес» по каталогу
«Почта России». Подписной индекс 26098
Журнал зарегистрирован
в Государственном комитете
Российской Федерации по печати.
Свидетельство о регистрации № 017214.
Редакция не несет ответственности
за достоверность информации,
содержащейся в рекламных объявлениях.
При использовании материалов ссылка
на журнал «Турбизнес» обязательна.

НЬЮСМЕЙКЕРЫ



26 апреля в Москве состоялся круглый стол «MICE-отрасль в России», посвященный наиболее злободневным проблемам и законодательным нововведениям в российской туриндустрии. ИД «Турбизнес» объединил в общей дискуссии ведущих игроков рынка делового туризма

В НОМЕРЕ

СОБЫТИЯ

- 6 Любители похолоднее

ФОКУС: ПРОБЛЕМА

- 10 Счеты между своими
11 Дождались перемен

ТЕМА НОМЕРА

- 12 Без права на провал
14 На чужих крыльях
16 Трудности перевозки
18 Комиссионная интрига
20 Непростое партнерство

ПРОФИЛЬ

РЕГИОНЫ РОССИИ

- 26 Столица Каспия
29 Гении места

ТРАНСПОРТ

ГОСТИНИЦЫ

БИЗНЕС-ИДЕЯ

РЫНКИ

- 40 Курорты для большинства
44 От Потёмкина до «Крымской Анталы»
48 Словакия – дышим глубже, идем в гору
55 Испанское притяжение
58 Мальта – ступени к прекрасному
60 В гости к чаморро

КРУПНЫМ ПЛАНОМ

- 51 Свадьба по путевке

КРУИЗЫ

- 62 Круги на воде
64 Мореходка набирает менеджеров

СТРАХОВАНИЕ

- 70 Пузыри, пирамиды и крокодиловы слезы
72 Кругом одни мошенники

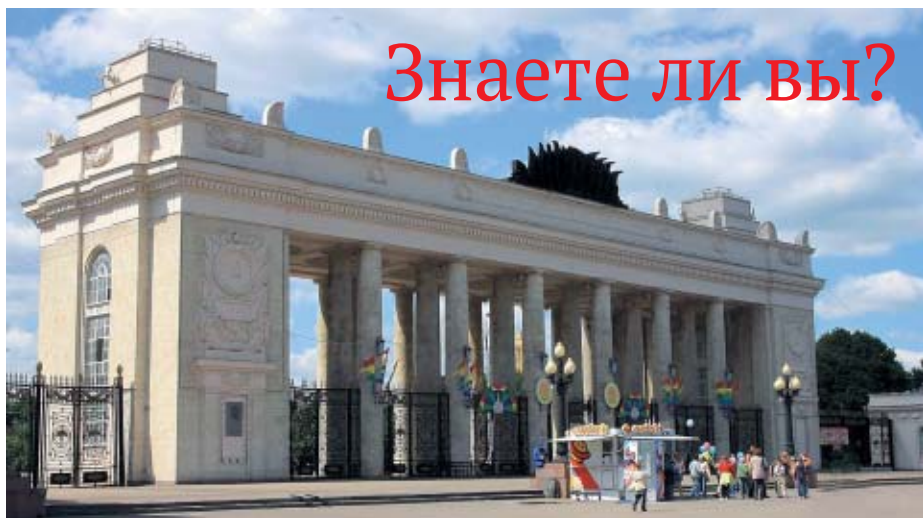
ВАШ КОНСУЛЬТАНТ

ТЕХНОЛОГИИ

ПОЛЕМИКА

VIP-КЛИЕНТ

ПРАКТИКУМ



Знаете ли вы?

ВОПРОС МЕСЯЦА

Поможет ли борьбе с демпингом снижение агентской комиссии?

14%

Да, это разумное решение

19%

Да, но только в отношении плохо работающих агентств

40%

Нет, это приведет к разорению турагентов

27%

Комиссию нужно заменить другими формами поощрения

Источник: опрос на сайте www.tourbus.ru

Подробнее – в рубрике «Фокус: проблема»

1 мая открылся летний сезон в реконструированном Центральном парке культуры и отдыха имени Горького в Москве. На весну-лето запланированы большие реставрационные работы главного входа, обсерватории и музыкальной эстрады. Большое внимание будет уделено безопасности. По всей территории установят камеры видеонаблюдения и столбы с кнопкой экстренного вызова с приспособлениями для людей с ограниченными возможностями. Продолжится создание тропинойной сети в Нескучном саду и строительство лестничных спусков для колясок. В парке заработал пляж, есть возможность пользоваться интернетом.

Летом откроются новые спортивные объекты: площадка-трансформер для игры в пляжный футбол, волейбол и бадминтон, площадка для паркура и баскетбола. «При этом вход в парк стал бесплатным – и платным он больше не будет никогда», – говорит генеральный директор парка Ольга Захарова.

Вновь варяги

Норвегия открывает визовые центры по всей России

23 апреля посольство Норвегии в РФ подписало договор с фирмой VFS Services LLC Russia (VFS) о передаче функций приема заявок на визы всех видов и разрешения на проживание и работу. В последние годы в посольстве в Москве наблюдается рекордный рост числа заявлений на визу в Норвегию. В 2011 году визовый отдел выдал 30 тысяч виз, став крупнейшим из всех норвежских загранпредставительств по числу принятых заявлений и оформленных документов.

Сервисно-визовые центры оказывают услуги исключительно гражданам России и гражданам третьих стран, легально проживающим в зоне обслуживания (на территории юрисдикции) посольства, которые хотят подать документы на получение норвежской шенгенской визы или документы на получение разрешения на проживание в Норвегии. Зоной их функционирования и обслуживания является территория всей России, за исключением Архангельской, Мурманской, Псковской, Новгородской и Ленинградской областей.

ОТКРЫТИЕ ВИЗОВЫХ ЦЕНТРОВ НОРВЕГИИ

3 мая – Москва, Сушэвский вал, 31/1.

10 мая – Екатеринбург, Новосибирск, Самара и Краснодар

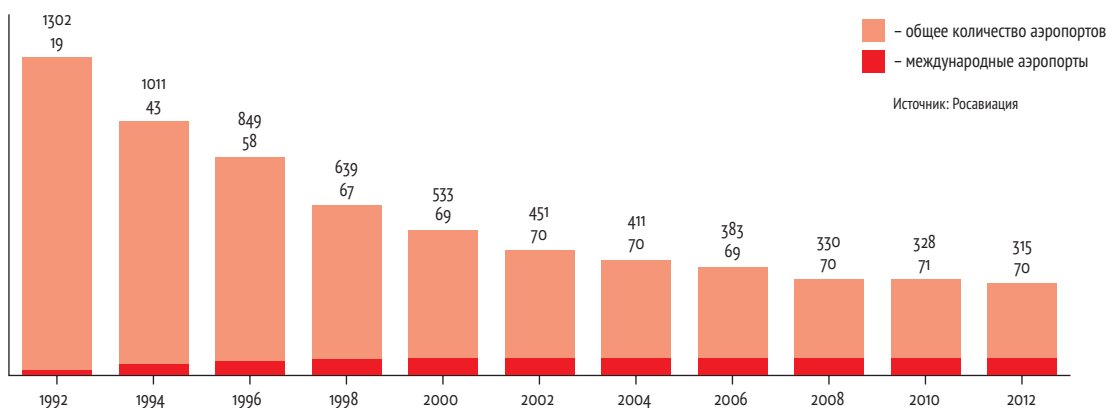
16 мая – Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Казань и Красноярск

25 мая – Сочи, Калининград, Иркутск и Уфа

8 июня – Хабаровск

15 июня – Владивосток

АЭРОПОРТЫ РОССИИ



Для руководителей, управляющих, топ-менеджеров, бухгалтеров туристических компаний

31.05.2012 | Москва

Travel Business Day

ПРАВО: «Как повлияют изменения туристического законодательства на ведение бизнеса туристических компаний».

СТРАХОВАНИЕ: "Установление права регрессного требования страховщика к туроператору, руководителям и участникам управления туроператора, если неисполнение обязательств туроператора произошло по их вине"
"Дополнительные страховые продукты".

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ: «Новое в бухгалтерском учете. Как оптимизировать расходы. Сложные и спорные вопросы учета в туристическом бизнесе».

ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ: «Ответственность за нарушение требований законодательства в сфере персональных данных. Кто придет с проверкой? Практика проведения проверок в сфере туризма».



Место проведения

гостиница «Вега»

Измайловское шоссе, д.71, корп.3В

Vega

HOTEL & CONVENTION CENTER

ИЗМАЙЛОВО

Время проведения

10.00 - 16.00

Регистрация участников

www.tourbus.ru/tbd

Дополнительная информация

Виктория Кудряшова (495) 723-72-72

Организаторы

Юридическое агентство «Персона Грата» | Издательский дом «Турбизнес» | Консалтинговая группа «Тревел Эксперт»



Юридическое Агентство
"Персона Грата"

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

Travel Expert

www.travel-expert.ru / +7 (495) 921-3047

ЧТО ЗА ФАСАДОМ

»» В 2012 году Санкт-Петербург намерен принять около 550 тысяч пассажиров круизных судов. Круизная навигация 2012 года в «Морском фасаде» будет продолжаться 209 дней. 4 мая она началась с приема лайнера AIDSOI и завершится 28 ноября заходом судна Black Watch. В 2009 году, когда порт только начал работу, навигация длилась 144 дня. 25 августа 2012 года «Морской фасад» примет 7 судов с общим количеством пассажиров почти 14,5 тысячи человек. Самыми большими лайнерами за сезон станут Celebrity Eclipse (длина 317 метров) и Azura (3,6 тысячи пассажиров). Чаще всего в нынешнем круизном сезоне в Петербурге будет «гостить» лайнер Emerald Princess: за навигацию он совершит 11 судозаходов, доставив в город 30,8 тысячи туристов. В общей сложности за шесть месяцев работы «Морской фасад» обслужит 219 судозаходов и примет 421 тысячу пассажиров.

«Морской фасад» – самый дорогой в мире терминал для приема круизных судов стоимостью 9 млрд рублей. О проблемах и перспективах его работы – в рубрике «Транспорт»

»» Турпоток Ставропольского края в минувшем году составил почти 1 миллион человек, из них более

10% – иностранные туристы.

Самые деловые

Круглый стол «MICE-отрасль в России» объединил в общей дискуссии ведущих игроков рынка делового туризма

26 апреля ИД «Турбизнес» и журнал Business Travel провели круглый стол, посвященный наиболее злободневным проблемам, связанным с законодательными нововведениями в российской туристической отрасли. В работе круглого стола принял участие заместитель руководителя Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы Георгий Мохов. Участниками дискуссии стали Алексей Сергеичев (MaxiMice), Сергей Шаньгин (RCS MICE Solutions), Роман Горохов (Nico Travel Group), Анна Олехейко (UniFest), Александра Гончарова («Агентство Авиа Центр»), Ирина Травкина, Александр Ларчев («Бизнес Ивент»), Станислав Костяшкин, Ольга Гулибина (Continent

Express), Олег Шабуцкий (Demlink), Светлана Безродная, Константин Патрин (JTB Russia), Екатерина Никитина (Kuoni Russia-Megapolis tours), Людмила Кириллова («Трансаэро Турс Центр»), Елена Никитина (UTS Travel), Елена Лебедева (Ассоциация агентств делового туризма), Дмитрий Смирнов (Compass Consulting), Арина Негина (HRG Russia), Дмитрий Горин (VIP Сервис), Вадим Зеленский (ZCTS), Кирилл Иконников («Конкорд Бизнес Сервис»), Михаил Сегал («Самараинтур»), Надежда Дмитриева (Visa Concord), независимый эксперт Леонид Нечволодов. Модератором круглого стола выступил генеральный директор ИД «Турбизнес» Иван Калашников.



« Открытое общение и объединение основных игроков данного сектора бизнеса поможет решать наиболее острые проблемы »»

СЕРГЕЙ ШАНЬГИН

Что объединяет и что разъединяет компании, работающие в сфере делового туризма? Материал в рубрике «Полемика» продолжает начатую дискуссию

Ставропольский миллион

В Кисловодске губернатор Ставропольского края и глава Ростуризма подписали соглашение о сотрудничестве в области туризма

В конце апреля в Кавминводах прошел IX международный форум «Инвестиции в человека». Заметное место в обширной программе мероприятия заняли вопросы развития туризма, что неудивительно: по своему рекреационному потенциалу край занимает четвертое место среди всех регионов РФ. За три месяца нынешнего года курорты Минеральных Вод приняли на лечение и отдых более 150 тысяч человек, что на 2,5% превышает показатели прошлого года. На государственной охране на Ставрополье состоят более двух тысяч памятников истории и культуры (в том числе 71 объект федерального уровня). Шесть городов имеют статус исторических – Ставрополь, Кисловодск, Пятигорск, Железноводск, Георгиевск и Будённовск (Святой Крест). Главное богатство края, объявленного особо охраняемой эколого-курортной территорией, составляют минеральные воды: на сравнительно небольшом участке земли (40 на 60 км) выявлено свыше ста источников минеральных вод тридцати типов с различным химическим составом, минерализацией и температурой – ничего подобного нигде в мире нет.

Один из круглых столов на форуме провел президент РСТ Сергей Шпилько. Он был посвящен курортному потенциалу Северного Кавказа и проблемам развития его туристической отрасли: как сегодня устроены рынки медицинского туризма, в чем состоят особенности работы на них, какие факторы определяют успешность позиционирования регионов на рынках медицинского и курортного туризма, как будет расти этот рынок и какое место займет на нем курортная медицина. В форуме приняли участие Андрей Скрипник, министр курортов и туризма Ставропольского края, Умберто Солимене (Италия), генеральный секретарь Всемирной ассоциации климатолечения и водолечения, Роберт Дэвидсон (Великобритания), ведущий лектор бизнес-школы Университета Гринвича, Габор Папп (Венгрия), мэр города Хевиз.

О том, где будут отдыхать миллионы россиян в летнем сезоне, – в материале «Курорты для большинства», рубрика «Рынки»





1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8

ТУРАГЕНТСТВО



Современная программа для автоматизации туристических агентств

«1С:Турагентство 8» – отраслевое решение для автоматизации управления и учета в туристических агентствах.

Одна программа заменяет десятки электронных таблиц, документов и отчетов на вашем компьютере, которые обычно используются для ведения учета, подготовки первичных документов и формирования отчетов – все операции регистрируются и хранятся в единой базе данных.



Основные достоинства:

- Повышение эффективности управления турагентством: вся деятельность от заявки до поездки – как на ладони.
- Объединение сети турагентств в единое информационное пространство при помощи Интернет.
- Встроенные функции управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).
- Быстрый запуск программы в эксплуатацию: не требуется знаний бухгалтерского и налогового учета.
- Контроль деятельности турагентства из любой точки земного шара через Интернет.
- Подключение широкого модельного ряда фискальных регистраторов.
- Учет оплаты туристических путевок банковскими картами.
- Интеграция с «1С:Бухгалтерия 8».



ООО «Геософт-Консалт»
620026, Екатеринбург, ул. Белинского 56
Тел/факс: +7 (343) 261-30-19
+7 (343) 261-52-75
www.1ctour.ru, sales@1ctour.ru

Любители похолоднее

ПЕТЕРБУРГ ЖДЕТ ТУРИСТОВ ИЗ АЗИИ

По официальным данным Комитета по инвестициям и стратегическим проектам (КИСП) администрации города, в 2011 году Петербург посетило 5,5 млн туристов. При этом число россиян выросло на 3,5%, а количество иностранцев – на 13%. Рост числа гостей из-за рубежа обеспечили в основном путешественники из Азии и Америки. Европейцев в Северной столице, к сожалению, не прибавляется.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



По оценке вице-президента РСТ Сергея Корнеева, в прошлом году больше всего в объеме турпотока прибавили страны, с которыми у России имеются соглашения о безвизовом въезде. Турция, Китай, страны Юго-Восточной Азии – все они показали рост более 15%, в то время как европейские – 2–3%. По оценкам КИСП, в летнем сезоне 2012 года тенденция может усилиться, а основным источником роста турпотока в Петербурге могут стать Китай, Индия и другие страны этого макрорегиона. Вместе с тем в СЗО РСТ высказывают опасения по поводу предстоящего летнего сезона 2012 года. Томас Нолл, владелец TN Hotels and More, полагает, что для увеличения турпотока в Петербург в частности и в Россию вообще необходимо значительно облегчить визовый режим. «72 часа без визы для туристов, прибывших на парамах, — это хорошо. Но нужны более кардинальные шаги, — уверен он. — Взять, к примеру, молодых людей или бизнесменов, которые планируют все очень быстро и порой спонтанно. Они не готовы отдать свой паспорт и потом неделями ждать визу, не понимают сложных рос-

сийских миграционных формальностей». По оценке Елены Морозовой, генерального директора ООО «Дюйм», в лидеры рынка постепенно, но неуклонно выходят MICE-туризм и круизы. В мае Северную столицу ожидает крупное событие: в Петербурге пройдет всемирный конгресс FIABCI – организации, объединяющей ведущих мировых профессионалов сферы недвижимости.

Т6

Турпоток в Санкт-Петербурге в 2011 году



»» На **8%** увеличился общий въездной турпоток в Санкт-Петербург в 2011 году.

Нереальная красота

«Фонтанная столица» стала доступна для миллионов

Знаменитые пригороды Петербурга – Петергоф и Ораниенбаум – теперь представлены на картах Google с возможностью виртуальных прогулок в Google Street View. Благодаря панорамам в высоком разрешении с обзором в 360 градусов у пользователей появилась возможность просматривать детальные изображения парка Ораниенбаума, Верхнего сада и Нижнего парка Петергофа с архитектурными достопримечательностями и фонтанами, свободно перемещаться в виртуальном пространстве, приближая и удаляя заинтересовавшие объекты.



Allegro – новые цены

Хельсинки ждет счастливых – пассажиров скоростных поездов

С 1 мая изменилась стоимость проезда в скоростных поездах Allegro, курсирующих между Петербургом и Хельсинки. Теперь счастливые смогут купить билет по цене от 49 евро.

Российские и Финские железные дороги, совместно эксплуатирующие составы, приняли решение сделать стоимость проезда более гибкой. При этом разброс цен станет больше, а тариф будет зависеть не только от низкого или высокого сезона, но начнет существенно колебаться, в зависимости от даты. Проезд в Allegro будет стоить дороже в праздничные и выходные дни, а также в прочие пиковые даты, и дешевле – в периоды низкого спроса.

Система уже запущена с начала этого года – диапазон цен по полному маршруту составлял от 77,5 до 104,2 евро во втором классе и от 125 до 162,5 евро в первом. В мае тарифы будут колебаться от 85 до 106 евро во втором классе и от 135 до 165 в первом. С 27 мая – это день рождения Петербурга – появятся отдельные «дешевые» рейсы: на них стоимость проезда составит от 59 евро во втором классе и 99 евро в первом. В отдельные дни цену опустят до 49 и 85 евро соответственно. Такая система будет действовать до 2 сентября, затем железнодорожники примут решение о ее изменении на низкий сезон.



С днем рождения, аэропорт

Мюнхенский аэропорт имени Франца Йозефа Штрауса празднует юбилей

17 мая один из важнейших европейских аэропортов отмечает 20 лет со дня официального открытия. За эти годы воздушная гавань баварской столицы достигла впечатляющих результатов. Пассажиропоток, вначале составлявший около 12 млн пассажиров в год, за два десятилетия утроился. Число взлетов и посадок в течение того же времени удвоилось и теперь составляет примерно 410 тысяч в год. Среди воздушных путешественников 43% составляют бизнесмены. Ежедневно аэропорт Мюнхена принимает 84 рейса из России.

В 2003 году открылся Терминал 2, что упрочило позиции Мюнхена как одного из важнейших авиационно-транспортных узлов Европы. Терминал 2 – совместный проект управляющей компании Мюнхенского аэропорта и авиакомпании «Люфтганза». Это один из наиболее эффективно функционирующих авиатерминалов в Европе, где пересадка транзитных пассажиров происходит максимально быстро, гарантируемое время стыковки – 30 минут.

По объему пассажирских авиаперевозок мюнхенский аэропорт зани-



мает шестое место в Европе. Он входит в десятку лучших воздушных гаваней мира и за последние семь лет шесть раз провозглашался аэропортом №1 в Европе по версии мониторинговой компании Skytrax. Последний раз в 2011 году.

В аэропорту более 160 магазинов и ресторанов с обычными городскими ценами. Это единственный аэропорт в Европе, где есть своя пивоварня. Airbrau производит семь сортов пива, которое продается

только в ресторанах аэропорта. «Два прошедших десятилетия, – говорит руководитель управляющей компании Мюнхенского аэропорта Михаэль Керкло, – очень достойный повод для праздника. В нашей стране найдется не так много транспортных компаний, которые демонстрируют подобные темпы роста или завоевали такую отличную репутацию во всем мире, как это сделал Мюнхенский аэропорт».

>>> 308

млн пассажиров обслужили в январе – апреле 2012 года «Российские железные дороги». Это на 8,7% больше, чем за аналогичный период годом ранее. Рост объемов пассажирских перевозок в поездах дальнего следования составил 2,5% – этот показатель увеличился до 32 млн человек.

МАТЕРИАЛЫ ПОДГОТОВИЛИ
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ,
АЛЕКСАНДР ПОПОВ,
СВЕТЛАНА ФУНТУСОВА,
МИХАИЛ ГУРЕВИЧ



Workshop «Турбизнес» от Ставрополя до Сургута

Издательский дом «Турбизнес» успешно провел серию весенних workshop в 17 городах России и СНГ

С 26 марта по 23 апреля в российских регионах с успехом прошли традиционные workshop «Турбизнес». Этой весной они состоялись в 17 городах – Ставрополе, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Волгограде, Саратове, Уфе, Самаре, Казани, Кирове, Нижнем Новгороде, Ижевске, Перми, Екатеринбурге, Тюмени, Омске, Сургуте, Баку. Впервые в этом году workshop были проведены в Ставрополе, Саратове и Кирове.

Участниками workshop стали около 90 компаний и представительств по туризму, а всего мероприятия посетили более двух тысяч региональных агентств. В рамках workshop было проведено около 180 мастер-классов и семинаров.

Самыми обсуждаемыми темами деловых встреч стали новинки летнего сезона, отдых на черноморских курортах, оздоровительные программы, экскурсионные туры в скандинавские страны, Германию, Бельгию и Голландию, автобусные туры по Европе, туры в экзотические страны, поездки в Швейцарию и многое другое. Осенняя серия workshop «Турбизнес» стартует с 24 сентября. Рабочие встречи пройдут в 20 городах, в том числе впервые – в Тольятти, Пятигорске, Магнитогорске и Калининграде.

1. Оригинальный способ привлечь внимание: Егор ОЗЕРОВ, Максим ШМИТЬКО, Tour-Vox.ru и Алевтина КОРЕВА, ИД «Турбизнес»

2. Андрей ЧУРКИН, «Инкотрейд»: «Программы летнего отдыха в Швейцарии интересны агентствам во всех регионах»

3. Один из ведущих туроператоров Юга России – «Роза Ветров Юг». Директор компании Марина АМБАРЦУМЯН (вторая справа) с коллегами

4. Берта НАГЕЛЬ («Трансаэро Тур») и ее семинары всегда собирают десятки заинтересованных агентств

5. Александр ЛАЗАРЕВ. «Ла-Тур» – самая известная турфирма в Краснодаре и постоянный партнер workshop «Турбизнес»

6. Сергей КУРНОСОВ и Александра КУЗНЕЦОВА, «Здравкурорт»: «Санаторно-курортное лечение – наш профиль больше 10 лет»

7. Дмитрий САЛИХОВ, iWay Express, впервые представил на workshop трансфер-услуги для туристов во всех городах России

8. Андрей ШАПОВАЛ и Людмила РЕГИНА, туроператор «Звездный путь»: «Оздоровление и детский отдых в России популярны всегда»



3



4



5



6



7



8

Счеты между своими

Туроператоры продолжают снижать комиссию

ТЕКСТ СВЕТЛАНА БАЕВА

Вслед за Tez Tour и «Перас Туристик» об изменении правил работы с агентствами объявили и другие операторы. Рассылку о снижении комиссий в апреле получили партнеры «Южно-го креста». Компания ICS Travel Group объявила, что с 1 мая комиссия на проданные туры по всем направлениям составит не более 12%. При этом агентства – независимые и сетевые – смогут получить комиссионное вознаграждение в размере 13% по итогам летнего сезона 2012 года, вне зависимости от направления.

«Ранее комиссия в размере 13% предоставлялась только по определенным направлениям ICS Travel Group. Дополнительный 1% комиссии на все проданные туры предоставляется компаниям, которые по итогам работы за 6 месяцев (с 1 мая по 31 октября 2012 года) успешно выполнили бонусную программу либо вошли в топ-рейтинг агентств по своему региону», – уточняет АТОР. Несколько иным путем пошла компания «Русский Экс-



пресс». Как рассказал генеральный директор оператора Тарас Кобищанов, фирма сохранила размер комиссионного вознаграждения для отдельных агентств, но снизила максимальный размер комиссии сетевым турфирмам до 12%. При этом возможность получения повышенного вознаграждения в размере 12,5–13% у отдельных офисов, входящих в сети, осталась.

«Мы решили уйти от уравниловки, ведь в сетях есть офисы, которые давно и активно с нами работают, а есть и такие, которые оформили лишь несколько заявок», – объяснил Тарас Кобищанов. Он также отметил, что у многих операторов размер комиссии за предыдущие годы уже достиг своего максимума – если ее повышать и дальше, то бизнес станет нерентабельным. Тем более что при росте комиссии растут и наценки на тур, в этом случае компании становится сложнее конкурировать с системами бронирования.

Заместитель директора московского филиала турфирмы «Нева» Светлана Дроздова отмечает, что сам оператор менять агентскую политику не планирует, к тенденции снижения комиссии относится положительно. «Мы никогда не славились высоким размером комиссионного вознаграждения, нам снижать нечего. Но многие «турецкие» операторы грешили этим и довели ситуацию до абсурда. Теперь компании пытаются войти в нужное русло, это положительная тенденция. К сожалению, туризм – одна из немногих отраслей, где часто работают в минус. Раздутые агентские комиссии приводят к демпингу на рынке, к тому, что агентства привлекают туристов не качеством турпродукта, а скидками. Имея комиссию в 20%, половину можно легко отдать туристу в качестве скидки. Но это ненормально. Хотя, конечно, возникает вопрос, будут ли агентства продолжать в таких же объемах работать с операторами, снизившими комиссию», – комментирует Светлана Дроздова.

Тб

Бизнес работает

В начале апреля состоялось совещание у вице-преьера правительства РФ Владислава Суркова, на котором присутствовали заместитель руководителя аппарата правительства Анна Попова, министр спорта, туризма и молодежной политики Виталий Мутко, его заместитель Надежда Назина, глава Ростуризма Александр Радьков, руководитель Федеральной антимонопольной службы Игорь Артемьев, председатель комитета Госдумы по экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству Игорь Руденский, вице-президент Российского союза туриндустрии Юрий Барзыкин. Владислав Сурков в своем выступлении четко обозначил позицию правительства по отношению к изменению туристического законодательства. Главная задача – защита прав туриста, однако решать

ее надо, не ущемляя бизнес, не перегружая его административно и финансово. По словам вице-преьера, в туризме есть проблемы, но бизнес работает, развивается и старается решать проблемы в меру своих возможностей, поэтому с ним надо выстраивать диалог.



Дождались перемен



Сегодня отечественный туррынок столкнулся с проблемой перепроизводства «нехитрых туруслуг». Как следствие – тотальный демпинг, отсутствие координации между крупными операторами. Так считает генеральный директор компании «Арт-тур» **ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ**.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Многие туристические компании превратились в финансовые структуры по бесплатному заему денег у населения, пирамидальные по своей сути, а агентства – в интернет-помощников для подбора несложных туров. В результате – банкротства, потеря доверия к туротрасли, осознание необходимости изменений в законодательстве. Вместе с тем клиент сейчас более образован, более продвинут в компьютерных и интернет-технологиях. Он все чаще едет на отдых, не прибегая к услугам агентств и операторов. Что делать? По моему опыту – а я уже 24 года в туризме – в любом бизнесе надо пересматривать приоритеты каждые пять-шесть лет. Думаю, многим операторам и агентствам необходимо обязательно пересмотреть их сегодня. Будущее агентского бизнеса – превращение в «семейных турагентов». Зная все о своих клиентах – об их увлечениях и предпочтениях на отдыхе, о любимых странах, маршрутах, – за вполне адекватную комиссию они сэкономят туристу его время и деньги. И, самое главное, уберегут его от разочарований во время путешествий по миру. Коллегам-туроператорам я бы дал несколько советов. Во-первых, надо избавляться от балласта – убыточных и демпинговых программ, непрофильных активов, излишних коммитментов, раздутых рекламных бюджетов, непрофессионального персонала. Во-вторых, не надо слепо копировать немецкий путь развития тур-

бизнеса. В мире есть много других, вероятно, более подходящих нам моделей. Например, американская, где лишь 8% туров продаются в пакетах. В-третьих, нужно развивать направления и услуги, которые в первую очередь ассоциируются с брендом, повышать компетенцию профильных специалистов. В-четвертых, стоит уходить от монопрофильности, чтобы диверсифицировать риски. И, в-пятых, нужно приоритетно уделять внимание качеству туруслуг – то есть, попросту говоря, уважать своих клиентов. В любом случае, необходимость перемен висит в воздухе, которым дышит туриндустрия. Тем не менее призываю вас не ждать изменения ситуации пассивно: экспериментируйте, меняйте подходы к нашему бизнесу, ведь успех – это умение правильно применить неудачу. Как говорил Теодор Рузвельт: «Никогда не ошибается тот, кто ничего не делает».

О КОМПАНИИ

ГОД ОСНОВАНИЯ

1992

УЧРЕДИТЕЛЬ

Дмитрий Арутюнов

ОФИСЫ

4 (три в Москве, один в Дубае)

КОЛИЧЕСТВО СОТРУДНИКОВ

100 человек

ЕЖЕГОДНЫЙ ОБЪЕМ ОБСЛУЖИВАНИЯ

50 тыс. туристов

ЕЖЕГОДНЫЙ ОБОРОТ

\$100 млн

НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

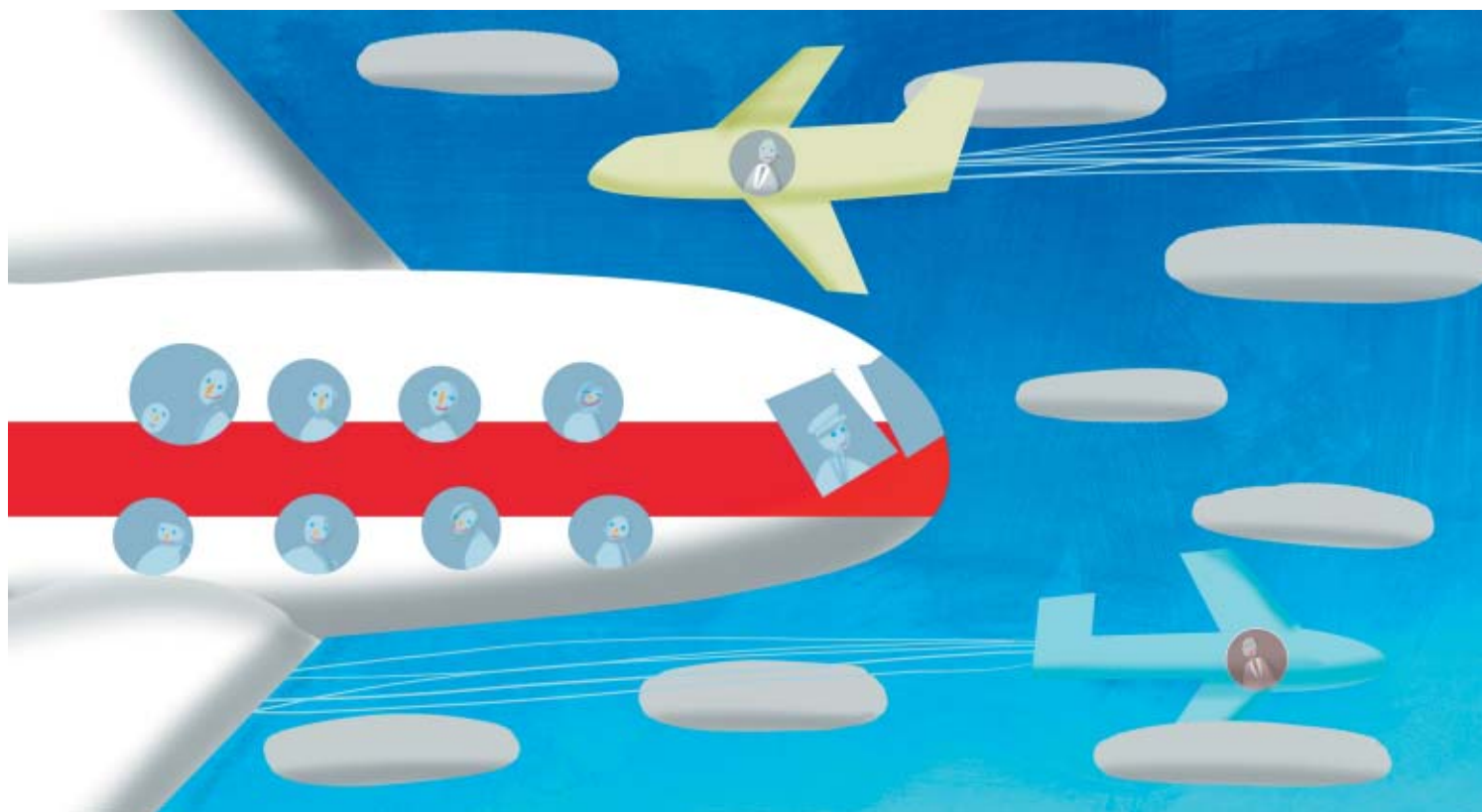
ОАЭ, страны Арабского Востока (Оман, Катар, Бахрейн, Иордания, Ливан, Марокко), острова Индийского океана (Сейшelles, Маврикий, Мальдивы), Юго-Восточная Азия, Южная Африка, Латинская Америка, Карибы, Европа – FIT, MICE.

РЕКЛАМНЫЙ СЛОГАН

«АРТ-ТУР – искусство туризма!»

СОВЕТЫ ОТ ДМИТРИЯ АРУТЮНОВА

1. Избавляться от убыточных и демпинговых программ, непрофильных активов, излишних коммитментов.
2. Не копировать слепо зарубежный путь развития турбизнеса.
3. Развивать направления и услуги, которые ассоциируются с брендом фирмы.
4. Уходить от монопрофильности, чтобы диверсифицировать риски.
5. Приоритетно уделять внимание качеству туруслуг.



Без права на провал

Гражданская авиация нашей страны сегодня в каком-то смысле напоминает наспех отремонтированный дом старинной постройки. С одной стороны – прочный фундамент, сохранившийся еще с советских времен, яркий фасад. А с другой стороны – многочисленные проблемы, которые мало видны прохожим с улицы, но зато хорошо известны жильцам.

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

»» **33%**
 авиакомпаний РФ в 2011 году находились в кризисном финансово-экономическом положении (нестабильная платежеспособность или угроза банкротства), в 2009 году этот показатель составлял 41%.

Количество пассажиров, перевезенных самолетами гражданской авиации РФ, на протяжении 1990-х годов неуклонно снижалось. Наиболее провальным стал период конца 1990-х годов, когда пассажиропоток держался на отметке в 22 млн человек. В начале нового тысячелетия ситуация постепенно начала выправляться. В 2010 году пассажиропоток составил 57 млн человек, по итогам прошлого года он увеличился до 64 млн. Прогноз Росавиации на текущий год – 70,5 млн пассажиров и 183,4 млрд пкм. Это уже близко к показателям 1991 года – 88 млн пассажиров и 160 млрд пкм. Иная картина рисуется при взгляде на «развитие» (точнее сказать – регресс) сети аэропортов ГА: в 1992 году их было свыше 1,3 тысячи, на сегодняшний день осталось 315. Правда, количество международных аэропортов выросло с 19 до 70. Многие воздушные гавани сегодня хорошо оснащены

самой современной техникой, они динамично развиваются, улучшают качество обслуживания пассажиров. Лучше меньше, да лучше? Возможно, хотя для огромной территории России три с небольшим сотни аэропортов недостаточно даже с точки зрения неспециалиста. Зато сокращение количества авиакомпаний отечественной авиаотрасли явно пошло на пользу. В 1990-е годы число эксплуатантов воздушного транспорта исчислялось несколькими сотнями. Должным образом контролировать их деятельность было просто невозможно, тем более после многолетнего существования единого советского «Аэрофлота». В 2000 году количество эксплуатантов сократилось до 296. По состоянию на 1 января 2012 года в нашей стране было зарегистрировано 126 авиакомпаний. В 2009 году Росавиация аннулировала 17, в 2010 году – 10, в 2011 году – 36 сертификатов эксплу-

атанта. Нет сомнений в том, что и в дальнейшем количество авиапредприятий в РФ будет сокращаться. Тем более что сегодня основной объем пассажирских перевозок – около 83% от общего количества – выполняют всего 15 авиакомпаний. Они, как отмечают эксперты, эффективно наращивают производственные показатели при соблюдении стандартов безопасности полетов. Директор Научного Центра №19 ГосНИИ ГА, выступая на 4-ой международной конференции «Авиационное финансирование и лизинг в России и СНГ», состоявшейся в марте 2012 года, привел достаточно красноречивые цифры. В 2009 году более 40% авиакомпаний РФ находились в кризисном финансово-экономическом положении (нестабильная платежеспособность или угроза банкротства). На их долю приходилось 24% рынка по финансовому обороту. К 2011 году доля потенциальных банкротов снизилась до 33%, их финансовый оборот составляет 16,7% от общерыночного показателя. Иными словами, в обозримом будущем количество авиакомпаний в нашей стране так или иначе должно сократиться еще примерно на треть.

ЕСТЬ МНЕНИЕ

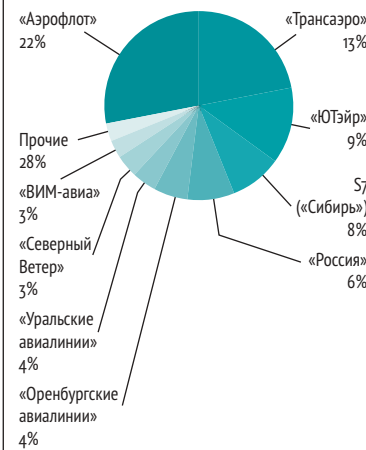
На 9-ом международном авиационном форуме «Крылья России», который прошел осенью прошлого года, исполнительный вице-президент Airbus по Европе, Азии и Тихоокеанскому региону Кристофер Бакли выступил с докладом о перспективах развития авиационного транспорта в РФ.

По его мнению, сегодняшнее состояние российской авиаотрасли характеризуется следующими трендами: все большую роль на рынке играют авиаальянсы, хотя пять ведущих перевозчиков РФ пока не склонны к объединению; объемы дальнемагистральных перевозок растут, но рентабельность внутренних маршрутов остается очень низкой; маршрутные сети до сих пор чрезмерно сконцентрированы в Москве, тогда как инфраструктура и аэропорты на периферии развиты недостаточно; медленно развивается сегмент бюджетных перевозок, в российских условиях дискаунтеры трансформируются в мульти-моделельных перевозчиков.

Вместе с тем Кристофер Бакли отметил, что российский туристический рынок развивается в соответствии с общеевропейскими тенденциями. Сегодня в Европе действуют два крупных туроператора-эксплуатанта ВС – немецкий TUI Travel и британский Tomas Cook. Явные тенденции – авиакомпании создают или покупают туроператоров для заполнения избыточных емкостей, а туроператоры в свою очередь создают или покупают авиакомпании для создания вертикально-интегрированных структур. Происходит экспансия на развивающиеся рынки. В России, по мнению Кристофера Бакли, происходят схожие процессы. Создаются вертикально-интегрированные структуры (Tez Tour – I Fly, Pegas Touristik – Nordwind и Orenair), некоторые авиакомпании активно участвуют в турбизнесе («Глобус» и S7 Tour, «Трансаэро» и Transaero Tour).

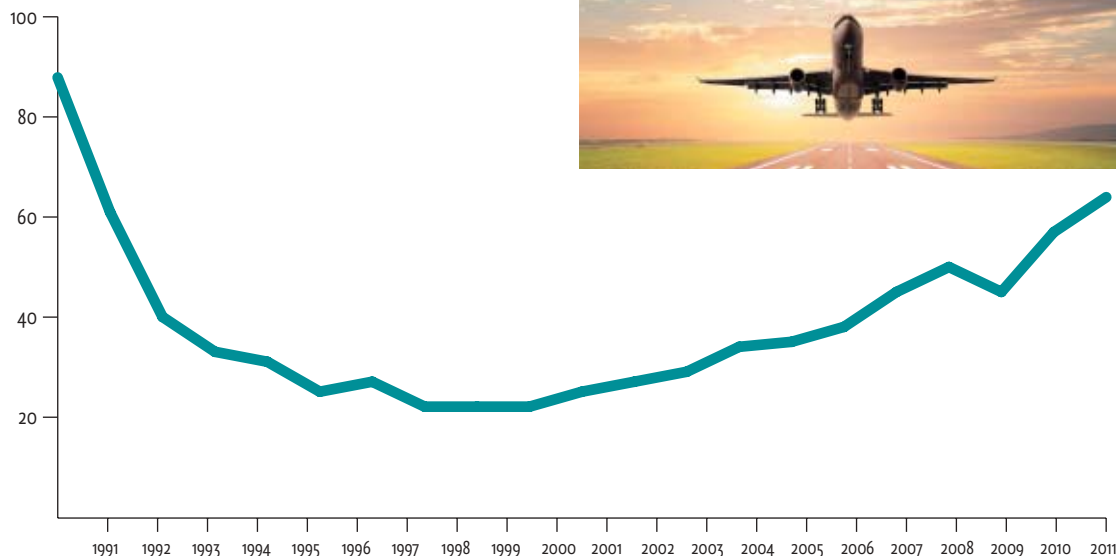
Т6

Пассажирские перевозки авиакомпаниями РФ в 2011 году



>>> По данным Росавиации, в 2011 году услугами отечественного авиатранспортного комплекса воспользовались более 112 млн российских и зарубежных граждан. Российскими авиапредприятиями было перевезено более 64 млн пассажиров. По сравнению с 2010 годом объемы перевозок увеличились на 12,6% и превысили показатели 1992 года. Пассажирооборот достиг значения 166,7 млрд пассажирокилометров и превысил показатель, достигнутый в СССР в 1990 году.

ДИНАМИКА ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК АВИАКОМПАНИЯМИ РФ (МЛН ПАССАЖИРОВ)





На чужих крыльях

В 2010 году в отечественной авиаотрасли произошло знаковое событие – впервые за всю историю новой России пассажирооборот воздушного транспорта превысил пассажирооборот железнодорожного транспорта в дальнем сообщении.

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

»» Темпы роста авиатранспортного рынка России в период до 2030 года составят 7,5% в год. Суммарная потребность российских авиакомпаний в воздушных судах на период с 2011 по 2020 год оценивается примерно в 1030–1200 магистральных и региональных самолетов.

»» **605**

магистральных самолетов насчитывается сегодня в авиапарке российских авиакомпаний, в том числе 450 воздушных судов иностранного производства.

Разрыв составил 30% и по итогам 2011 года он увеличился до 50% – свыше 160 млрд пкм на авиационных маршрутах против примерно 110 млрд пкм на железнодорожных. За период с 2001 по 2010 годы пассажирооборот российских авиакомпаний увеличивался примерно на 10,7% в год, то есть в 2,5 раза быстрее, чем в среднем по миру. В общей сложности за 10 лет на мировом рынке пассажирооборот вырос в 1,7 раза, а в нашей стране – в 2,8 раза. В долгосрочной перспективе эта тенденция должна сохраниться. По оценкам экспертов, темпы роста авиатранспортного рынка РФ в период до 2030 года составят 7,5% в год. Это обеспечит удвоение объемов авиаперевозок за 10 лет и позволит пассажирским перевозкам выйти на уровень 300 млрд пкм в 2020 году, а к 2030 году вырастет в 3,7–4,8 раза, в том числе за счет выхода авиакомпаний на рынок транзитных перевозок через территорию нашей страны.

Понятно, что столь динамичное развитие возможно только в том случае, если оно будет подкрепляться соответствующей материально-технической базой. И один из ключевых вопросов, возникающих в этой связи, – расширение и обновление флота отечественных авиакомпаний.

«УДАРНАЯ» ПЯТИЛЕТКА

Как развивалось российское гражданское самолетостроение в последние годы? Посмотрим на краткую хронологию событий. В 2004 году были разработаны и согласованы концепции создания Объединенной авиастроительной компании и проект Комплексной программы

продвижения продукции отечественных авиастроительных предприятий. Задача этих документов – создание эффективно функционирующей инфраструктуры авиаперевозок, поддержка модели экономического роста с использованием потенциала высоких технологий, повышение конкурентоспособности российских корпораций на мировых рынках. В том же году начались работы по созданию нового регионального самолета RRJ (Sukhoi SuperJet-100) и ближне/среднемагистрального лайнера MC-21. Забегая вперед, отметим, что в настоящее время портфель заказов на «Суперджет» составляет порядка 170 самолетов. Первые RRJ уже поставлены заказчиком: в коммерческой эксплуатации находятся несколько самолетов – они работают в авиакомпаниях «Армавиа» и «Аэрофлот».

В 2005 году Минпромэнерго РФ разработаны Стратегия развития авиационной промышленности на период до 2015 года и проект Комплексной программы продвижения продукции отечественных авиастроительных предприятий. 9 ноября 2006 года на заседании правительственной комиссии по обеспечению интеграции предприятий авиастроительного комплекса принято решение об учреждении ОАО «Объединенная авиастроительная корпорация». В сентябре 2007 года в Комсомольске-на-Амуре состоялась выкатка первого экземпляра самолета Sukhoi SuperJet-100. 22 декабря 2008 года Минпромторг РФ подписал государственные контракты с ОАО «Объединенная авиастроительная корпорация» на формирование концепции программы создания широкофюзеляжного ближне/среднемагистрального самолета и проведение работ по глубокой

модернизации Ту-204. В 2009 году разработан эскизный проект самолета МС-21. На десятом Международном авиационно-космическом салоне МАКС-2011 были продемонстрированы последние достижения российской авиапромышленности: самолет SSJ-100 и разработанный для него двигатель SaM-146.

«За 5 лет реализации Стратегии рост объема продаж авиационной техники превысил ожидаемый уровень и в 2010 году составил 212,7%. По итогам 2011 года предусматривается рост производства до 386 единиц авиатехники – 124 самолета и 262 вертолета», – отмечается в отчете о деятельности Минпромторговли РФ за 2004–2011 годы.

ЗАГРАНИЦА НАМ ПОМОЖЕТ

На сегодняшний день одним из целевых ориентиров реализации Стратегии считается устойчивый рост объема продаж продукции отечественной авиапромышленности на мировом рынке – до уровня 7 млрд долларов к 2015 году. Общий объем инвестиций из всех источников в период до 2015 года включительно должен составить не менее 20 млрд долларов.

В частности, уже начался этап полномасштабной разработки самолета МС-21. Объединенная авиационная корпорация осуществляет функции системного интегратора; в рамках рыночных процедур и проведенных тендеров определены разработчики основных составляющих самолета, в том числе двигателя. Головной исполнитель программы – корпорация «Иркут». Первый полет МС-21 запланирован на 2014 год, сертификацию по российским нормам предполагается провести в 2015 году, по международным – в 2016 году. Сформирован портфель заказов на изделие: твердые заказы – на 50 самолетов, соглашения о намерениях – на 140 самолетов, а также опционы – на 39 воздушных судов. Общий объем портфеля заказов составляет на данный момент 16% программы выпуска самолетов МС-21.

Но все это – дело будущего. А сегодня основу флота российских авиакомпаний составляют лайнеры иностранного производства. И вряд ли в ближайшие годы ситуация кардинально изменится. В январе 2012 года действующий парк отечественных авиакомпаний включал 605 магистральных и 340 региональных пассажирских самолетов, 32 самолета бизнес-авиации и 127 грузовых лайнеров.

В магистральном парке «иностранцы» преобладают – 450 бортов (в том числе 87 А-320, 78 В-737-500, 49 А-318, 47 В-737-800) против 155 самолетов отечественного производства (в том числе 39

Ту-154М и 59 Як-42). В сегменте региональных самолетов соотношение несколько иное – 96 лайнеров зарубежного производства и 244 – российского. Но речь преимущественно идет о почтенных «ветеранах» – Ан-24 (90 бортов), Ту-134 (60 бортов), Як-40 (50 бортов). Бизнес-авиация представлена исключительно зарубежными самолетами.

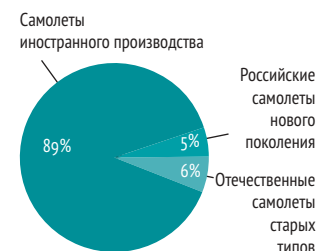
В общей сложности за период с 2006 по 2011 год в российский парк было поставлено 557 пассажирских самолетов зарубежного производства и 40 новых отечественных самолетов. На долю последних сегодня приходится лишь 5% пассажирооборота, тогда как иностранные лайнеры в 2011 году обеспечили 89% пассажирооборота (для сравнения, в 2001 году – 18%). Оставшиеся 6% – это работа еще советской авиатехники.

Суммарная потребность российских авиакомпаний в воздушных судах на период с 2011 по 2020 год оценивается примерно в 1030–1200 магистральных и региональных самолетов. Судя по всему, львиная доля этой техники будет иметь иностранное происхождение.

ИСПОЛЬЗОВАНЫ МАТЕРИАЛЫ
ПОРТАЛА AVIATION EXPLORER

Тб

Пассажирооборот российских авиакомпаний в 2011 году



НЕЗАБЫВАЕМОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ СКВОЗЬ КОНТИНЕНТЫ

Давайте вместе открывать и исследовать этот огромный мир, полный чудес и загадок. Как участники альянса SkyTeam, мы рады предложить Вам лучшее обслуживание и современный авиапарк, а также более чем 900 уникальных направлений по всему миру.

Vietnam Airlines
новый мир ждет

www.vietnamairlines.com



Трудности перевозки

Поиск идеального партнера в среде авиакомпаний нередко напоминает хождение по острию ножа

ТЕКСТ АННА БАСЫРОВА

ЦИФРА МЕСЯЦА

»» **87** допусков на выполнение международных регулярных пассажирских перевозок выдала Росавиация отечественным авиакомпаниям в преддверии летнего сезона.

Основным принципом выбора перевозчика эксперты называют гибкую тарифную политику. Именно поэтому большинство туроператоров ставят чартеры на крыльях небольших региональных авиакомпаний. Они готовы давать хорошие цены и, что немаловажно, быстро реагировать на необходимость снятия рейса из-за ЧП в той или иной стране или просто падения спроса. Например, «Пегас Туристик» уже давно сотрудничает с «Оренбургскими авиалиниями», а TUI – с «Когалымавиа». Серьезным камнем преткновения такого партнерства остается существующий приказ Минтранса №92. В соответствии с этим документом, Росавиация и назначенный перевозчик имеют право решать, допускать ту или иную авиакомпанию к маршруту или нет. Проблема усугубляется еще и тем, что график работы Росавиации отстает от графика формирования турпакетов на новый сезон. Поэтому при выборе перевозчика турфирмы обычно руководствуются не решениями комиссии Росавиации, а собственным деловым предчувствием. Чутье помогает не всегда: нередко накануне сезона выясняется, что допуск авиакомпанией не получен, поэтому вылеты не могут состояться. Так, например, случилось с «ВИМ-авиа», которой вообще запретили летать в Европу. Одним из наиболее крупных клиентов этой авиакомпании был Ras Group. И именно здесь лояльность авиакомпаний сыграла решающую

роль. «ВИМ-авиа» обеспечила консолидаторам чартеры, поставив на свои маршруты «дочку» – АК «Башкортостан». Другие небольшие перевозчики также обычно сами занимаются поиском замены, дабы не разрушить отношения с крупным партнером-оператором.

В работе с небольшими авиапредприятиями возможна еще одна трудность. Недавно компания TUI заявила о планах по созданию авиакомпании под собственным брендом (самолеты TUI уже давно летают в Европе). Туроператор планировал раскрасить в свои цвета несколько самолетов «Когалымавиа». Однако в планы вмешалась Росавиация. Советник руководителя ведомства Сергей Извольский сообщил, что по результатам проведенной проверки Росавиация может лишит перевозчика сертификата эксплуатанта. Под угрозой оказалась почти вся летняя «массовка» TUI. Насколько известно, озвученные планы в Росавиации не реализовали.

С этой точки зрения сотрудничать с крупными авиакомпаниями удобней, – уверены эксперты. Если у «Трансаэро» бывают проколы (например, прошлой зимой по Риму и Милану), то «Аэрофлот» допуски получает, а его сертификат эксплуатанта еще долго будет при нем. К слову, здесь на руку туроператорам играет консолидация национального перевозчика с авиакомпаниями, принадлежавшими Ростехнологиям. Гендиректор «Пегас Туристик» Анна Подгорная отмечала,

что возлагает большие надежды на переход «Оренбургских авиалиний» под крыло «Аэрофлота». Пока надежды оправдываются.

МЕНЬШЕ, ДА ЛУЧШЕ

Операторы нередко и по понятным причинам анонимно жалуются на амбиции крупных авиакомпаний, которые создают условия для демпинга и рушат турбизнес. Стремясь потеснить конкурента, они наращивают частоты рейсов, не обращая внимания на то, что эти рейсы не нужны рынку. Особенно показательна борьба перевозчиков за доли рынка на таких направлениях, как Куба, Доминикана, Мексика. Из-за избытка перевозки последние несколько лет операторам приходится продавать туры в эти страны по ценам не только ниже рентабельности, но и ниже себестоимости.

Проблема вышла в поле широкого обсуждения в СМИ после возникновения финансовых трудностей у оператора ИТС. В компании заявили, что всю зиму проработали в убыток из-за того, что заявленный еще прошлым летом объем перевозки на зиму был серьезно увеличен к началу зимнего сезона. В результате, билеты на дальнемагистральные направления обесценились. У ИТС был небольшой блок мест на рейсах на Кубу, в Доминикану и Мексику, но даже эти места из-за избытка перевозки пришлось продать в минус, что и привело к кассовому разрыву, – объяснял гендиректор ИТС Алексей Парфененко.

При этом участники туррынка с сожалением констатируют, что отказ работать с определенным перевозчиком на одном из направлений может вылиться в банальный шантаж: не хотите брать блоки в эту страну, не получите и в другую. Сейчас, когда на всех основных направлениях оперирует как минимум два авиагиганта, операторы разделились на два пула: одни берут блоки только у «Аэрофлота», другие – только у «Трансаэро». Открыто о доли вины амбиций крупнейших перевозчиков в финансовых трудностях никто никогда не говорил до банкротства компании «Ланта-тур вояж». В феврале этого года в СМИ появилось письмо, подписанное бывшими сотрудниками «Ланты». Сообщение было отправлено председателю совета директоров «Аэрофлота» Кириллу Андросову, членам совета компании – руководителю «Ростехнологий» Виктору Чемезову и независимому директору Сергею Алексашенко, а также ее гендиректору Виталию Савельеву. По некоторым данным, получил его и председатель правительства Владимир Путин.

«Мы прямо заявляем, что в приостановлении работы «Ланта-тур вояж», да и «Капитал Тур», виноват А. Калмыков. Это он манипулировал своим правом отключать туроператоров от системы бронирования «Аэрофлота», что и привело к остановке нашей деятельности и невозможности использовать оборотные средства. А

делал он это в своих личных целях: устранять конкурентов с рынка и очистить дорогу для «семейной» компании «Санрайз», – заявили «бывшие сотрудники» «Ланты».

Дело в том, что основная доля в «Санрайз» принадлежит компании «Санрайз эссет менеджмент». Последняя на паритетной основе принадлежит Оксане (супруга заместителя гендиректора «Аэрофлота» Андрея Калмыкова) и Евгению Калмыковым. История быстро замялась: в «Аэрофлоте» пообещали проверить неуставные отношения, а затем сообщили, что интересы «Санрайза» не сказываются на работе перевозчика с другими операторами.

ПРОЩЕ НА СВОЕМ?

Крупнейшие операторы уже успели обзавестись собственными авиакомпаниями. У Tez Tour есть I Fly, у «Пегаса» – Nord Wind, TUI, как указывалось выше, планирует перекрасить в свои цвета борта «Когалымавиа». «В работе с собственной авиакомпанией есть очевидные плюсы. По крайней мере, нет необходимости договариваться о снятии бортов с одного направления и постановке их на другое. При необходимости мы принимаем такое решение самостоятельно», – говорит Анна Подгорная.

Тем не менее управление этим бизнесом в рамках туроперирования сопряжено с трудностями. Такими же, как при работе с небольшими чартерными перевозчиками. Всегда есть риск быть не допущенным на маршрут или вовсе лишиться сертификата (таких случаев пока не было). Поэтому, как рассказывают операторы, свои борта они обычно ставят на гарантированные направления: в Турцию, Египет, Таиланд. По остальным, где борьба перевозчиков жестче, такие туркомпании летают с партнерами.

Участники рынка признаются, что, несмотря на ряд преимуществ, наличие собственной авиакомпании не всегда финансово удобно для турфирмы. «Как любой бизнес, он подвержен влияниям извне – стоимость топлива, стоимость обслуживания в аэропортах, запрет на полеты в какие-то страны. Денег на нем отдельно не заработаешь. Наличие авиакомпании прибыльно только в совокупности с операторским бизнесом», – уверена Анна Подгорная.

Гендиректор «Мегаполус турс» Виктория Кизимова уверена, что свободному от собственных отелей и авиакомпаний бизнесу развиваться проще. «За собственной инфраструктурой нужно постоянно следить, обеспечивать ей хороший уровень качества. А это все дополнительные денежные вливания, которые в современных условиях для большинства компаний неудобны. Поэтому Kuoni будет продолжать вести бизнес без собственных отелей и авиакомпаний», – заявила Виктория Кизимова на одной из пресс-конференций. **Тб**



«Kuoni будет продолжать вести бизнес без собственных отелей и авиакомпаний» >>>

ВИКТОРИЯ КИЗИМОВА

Генеральный директор «Мегаполус турс»

В ЦЕЛЯХ СПАСЕНИЯ

>>> То, что от собственного авиабизнеса можно и иногда нужно отказаться, демонстрирует ситуация со вторым по величине европейским оператором Thomas Cook. Столкнувшись с финансовыми трудностями, эта компания в первую очередь начала распродавать собственные самолеты и закрывать точечные продажи в неприбыльных регионах.

Комиссионная интрига

Вот уже более полугода национальный перевозчик «Аэрофлот» собирается пересмотреть систему комиссионных вознаграждений для своих агентств. Предполагалось, что отмена комиссий и переход к бонусам произойдут 1 мая 2012 года, однако участники рынка склонны ожидать перемен после 1 июля.

ТЕКСТ АННА БАСЫРОВА

»» Крупнейшими продавцами билетов «Аэрофлота» сейчас являются ТКП, «ВИП-Сервис» и «Авиациентр». При этом доля продаж билетов «Аэрофлота» на нейтральных бланках ТКП растет из-за консолидации «Аэрофлота» с небольшими авиакомпаниями («Оренбургские авиалинии», «Россия»). Часть билетов продается через интернет, но эта доля не превышает 15%.

»» По экспертным данным, доля рынка «Аэрофлота» по внутренним и международным перевозкам без учета зарубежных перевозчиков составляет 28–30%. После полной консолидации с авиакомпаниями, ранее принадлежавшими Ростехнологиям, этот показатель вырастет до 42–43%. В случае дальнейшей консолидации, доля рынка «Аэрофлота» может превысить 50%.

ОБЕЩАНИЕ ПЕРЕМЕН

Попытки отмены комиссий для агентов «Аэрофлот» предпринимает с 2004 года. Тогда компания, ориентируясь на международный опыт и стремясь сократить издержки, начала выплачивать за каждый проданный билет символический 1 доллар США. Агентствам же предлагалось устанавливать собственные надбавки – до 7%. При этом правила игры менялись только для Москвы: в регионах и за рубежом все оставалось без изменений.

Подобный опыт за рубежом действительно есть, и, возможно, «Аэрофлот» мог бы стать первой авиакомпанией, применившей его в России. Однако новое правило вместо новой практики породило конфликт. ЗАО «Транспортная клиринговая компания» (ТКП) отказалось выписывать на своих нейтральных бланках билеты «Аэрофлота» с наценкой. В ответ «Аэрофлот» в одностороннем порядке отказался работать с ТКП. Тогда доля продаж билетов «Аэрофлота» через ТКП была невелика.

Но против «Аэрофлота» сыграл ряд других факторов: спад продаж из-за снижения реализации региональных агентств, которые выписывали билеты в основном на бланках ТКП, отток мелких столичных агентов (им стало невыгодно работать на нулевой комиссии) и выход на новые внутренние маршруты. Поэтому уже 21 апреля 2004 года «Аэрофлот» снова изменил правила: он оставил нулевую комиссию на международных рейсах, но московские и региональные агенты получили 9% комиссии и бонусы в таком же объеме. ТКП в свою очередь стала лишать продавцов «Аэрофлота» доступа к ресурсу «Сирена 2000» через АРС «Сирена-Трэвел». Конфликт двух компаний серьезно сказался на рынке. Продавцы были поставлены перед выбором: либо продавать «Аэрофлот», либо продолжать выписывать билеты на нейтральных бланках ТКП. Некоторые, дабы сохранить обе возможности, приходили к необходимости создавать дочерние компании. Перевозчик в свою очередь заявил, что готовит проект по привлечению на рынок продаж авиабилетов альтернативных нейтральных бланков. «Аэрофлот» также призвал агентства шире использовать возможности конкурирующей с «Сирена-Трэвел» системы АРС «Сирин» и автоматизированной системы бронирования «Сирена-2.3».

В конце июня 2004 года конфликт «Аэрофлота» и ТКП

начал затихать. 21 июня все агентства авиакомпании получили телеграмму за подписью вице-президента ТКП Михаила Дорбогожского, где сообщалось, что все аккредитованные агентства будут вновь подключены к системе «Сирена-2000». В результате со временем все агентства снова получили свои комиссии и возможность выписывать билеты «Аэрофлота» на нейтральных бланках ТКП.

ОТ КОМИССИЙ К БОНУСАМ

Несмотря на неудачный опыт, «Аэрофлот» снова серьезно заговорил об отмене комиссионных вознаграждений в октябре прошлого года. На встрече с ведущими агентствами перевозчика 26 октября заместитель гендиректора «Аэрофлота» Андрей Калмыков сообщил, что с февраля 2012 года будет введена новая бонусная система вознаграждений.

Предлагаемая система выглядит следующим образом. При реализации билетов «Аэрофлота» на сумму от 60 млн рублей в месяц агентство получает 5%, на сумму 40–60 млн рублей – 4%, на 20–40 млн рублей – 3%, на 5–20 млн рублей – 2%. Дополнительные поощрения в предложенной схеме есть для тех агентств, чьи объемы продаж значительно возрастают. Так, для того, чтобы получить дополнительно 1%, объем продаж нужно увеличить на 25%, а за дополнительные 2% – на 40%. Таким образом, максимально возможная комиссия от «Аэрофлота» должна составить 7%. Для сравнения, сейчас 7% агентства получают за продажу билета в экономкласс. За бронирование бизнес-класса комиссия составляет 9%.

В феврале к новой системе так и не перешли, но окончательно от этих планов «Аэрофлот» не отказался. На презентации в Анталии представители перевозчика сообщили о начале новой программы 1 апреля 2012 года, а позже – на совещании в Шереметьеве – речь шла уже о 1 мая 2012 года.

На момент написания статьи ситуация с отменой комиссий «Аэрофлота» и переходом к бонусной системе так и не решилась: никаких официальных сообщений от «Аэрофлота» за это время в агентства так и не поступило. Правда, по новому договору с агентствами у «Аэрофлота» есть право вносить изменения в систему начисления комиссионных вознаграждений не за 30 дней, а за день.

В поисках компромисса

Глава Ростуризма Александр Радьков считает, что государству незачем вмешиваться в отношения авиакомпаний и туроператоров. По его мнению, последним стоит выступать в переговорах с авиаперевозчиками единым фронтом. Об этом чиновник заявил на совместной пресс-конференции с заместителем главы Росавиации **ОЛЕГОМ КЛИМОМ**.

«**П**еревозчики так же зависят от туроператоров, как и туроператоры от них. Если будет консолидированная позиция туроператоров в переговорном процессе, можно многого добиться. В рамках РСТ и АТОР нужно договариваться, – отметил Александр Радьков. – Авиационные власти уже приняли меры для либерализации рынка авиаперевозок. На многих направлениях будут работать не один, как раньше, а несколько перевозчиков, упростились процедура согласования. Где-то она минимизирована. Это приведет к повышению качества обслуживания и сохранению цен на прежнем уровне, если не поднимутся цены на керосин».

Олег Клим согласился, что процедура согласования рейсов для авиакомпаний сведена к минимуму: «Авиакомпания подает заявку. Если у нее в сертификате эксплуатанта указано, что она может выполнять коммерческие международные полеты, то она получает допуск легко».

В ходе переговоров с авиационными властями Болгарии и Кипра было принято решение об отмене обязательного согласования рейса с назначенными перевозчиками. В результате с 1 июня по 1 сентября на Кипр, и с 1 июня по 20 сентября в Болгарию могут летать любые авиакомпании. Кроме того, в Италии решено расширить число назначенных перевозчиков до двух с каждой стороны. Одним из них со стороны России останется «Аэрофлот», другой будет на конкурсной основе определен в конце апреля на заседании комиссии Росавиации.

Олег Клим заметил, что перевозчики также борются между собой за пассажиров, как и туроператоры за туристов, а взаимодействие туроператоров и авиакомпаний – договорный процесс. «Нельзя говорить, что кто-то ставит кабальные условия. Нужен поиск компромисса между туроператорами и агентствами. Если авиаперевозчик выставляет более высокие цены на свои услуги – это его вопрос, может быть, у него уровень сервиса более высокий», – заявил представитель Росавиации.

На сегодняшний день внутренний и выездной пассажиропоток вырос по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 12%. Причем внутренние перевозки растут быстрее за счет развития курортов Краснодарского края, а также программы субсидирования перевозок жителей Дальнего Востока, в том числе на курорты Черного моря. По этой программе работают 11 авиакомпаний.

УДАРИМ НАЛОГОМ ПО БЕЗДОРОЖЬЮ

Министерство транспорта РФ выступило с предложением поддержать внутренние авиаперевозки за счет введения сбора на международные перелеты. Чиновники считают, что российские авиакомпании смогут снизить цену на перелеты внутри страны не менее чем на 7,6% после обнуления ставки НДС. Но это автоматически означает снижение поступлений в бюджет – примерно на 32 млрд рублей ежегодно.

Чтобы компенсировать эту разницу, планируется ввести сбор на международные перелеты. Он должен затронуть все перевозки за рубеж «из национальных аэропортов на все коммерческие рейсы независимо от национальной принадлежности авиаперевозчика». Эксперты Министерства экономического развития относятся к подобному нововведению с осторожностью. По их мнению, авиакомпании вряд ли смогут гарантировать взаимосвязь между отменой НДС и снижением тарифов, а идея выборочной отмены НДС непопулярна в принципе, так как подобные требования могут предъявить и другие отрасли. Наиболее приемлемым на данный момент вариантом господдержки внутренних авиалиний, по мнению представителей Минэкономразвития, видится субсидирование. Представители турбизнеса также восприняли инициативу Минтранса без энтузиазма.

«Чтобы популяризировать внутренний туризм, нужно снижать цены на авиабилеты, но делать это нужно без налоговых льгот, просто качество должно быть соизмеримо со стоимостью продукта. Неправильно решать проблему внутреннего туризма за счет повышения цены на выездной турпродукт. Новая мера не соответствует ни потребностям туристического рынка, ни потребностям рядового туриста», – считает генеральный директор компании «Арт-тур» Дмитрий Арутюнов. «Эти меры вряд ли будут стимулировать внутренний поток, – поясняет свою позицию коммерческий директор компании ICS Travel Group Дмитрий Филатовский. – Тот, кто хочет покататься на горных лыжах в Альпах, будет раздосадован новой ценой авиабилета, но вряд ли изменит свое решение и не поедет кататься в Сочи. Для кого-то увеличение цены станет существенным поводом поменять место отдыха, но таких туристов будет около 2%. Поэтому можно прогнозировать, что ситуация вряд ли изменится».



>>> По состоянию на конец апреля на майские праздники подтверждено выполнение 700 регулярных и чартерных рейсов, общее их число составит порядка 1200 вылетов – на 10% больше, чем на праздники прошлого года. Более 120 тысяч пассажиров уже выкупили билеты.

>>> На **7,6%** смогут снизить цену на перелеты внутри страны авиакомпании после обнуления ставки НДС. Но это означает снижение поступлений в бюджет – примерно на 32 млрд рублей ежегодно.

Тб

Непростое партнерство

С какими проблемами сталкиваются российские туроператоры при взаимодействии с авиакомпаниями и как их можно решить? На вопросы «ТБ» отвечают специалисты ведущих столичных турфирм.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ



**АРАМ
АНТОНЯН**

Генеральный директор
компании «Болеро Тур»



**ЕКАТЕРИНА
ЕФИМОВА**

Директор департамента
выездного туризма
компании «КМП групп»



**МАКСИМ
ПРИСТАВКО**

Заместитель генерального
директора компании
«Джет Тревел»



**СЕРГЕЙ
БУРАКОВ**

Начальник отдела
чартерных перевозок
турфирмы «Нева»

»» По неофициальной информации, в ближайшие два месяца правила игры «Аэрофлота» с агентствами не изменятся. Сейчас разрабатывается новая бонусная программа, переход к которой должен произойти не ранее 1 июля текущего года. Не исключено, что это случится уже при новом гендиректоре «Аэрофлота», если смена все-таки произойдет. В новом правительстве нынешнему руководителю национального перевозчика Виталию Савельеву может найтись место. Исполнять обязанности главы «Аэрофлота», возможно, будет Андрей Калмыков.

АРАМ АНТОНЯН

«Некоторые зарубежные авиакомпании до сих пор уверены, что в России деньги растут на деревьях»

К сожалению, проблем при работе с авиакомпаниями у нас достаточно. Я бы хотел заострить внимание на ценовой политике иностранных перевозчиков. Складывается впечатление, будто некоторые зарубежные авиакомпании до сих пор уверены, что в России деньги растут на деревьях во дворе каждого клиента. Например, авиабилет Москва – Майами – Москва у одного из иностранных перевозчиков в Москве стоит как минимум на 20% дороже, чем аналогичный авиабилет, приобретенный в США. На мой взгляд, пути решения проблем могут быть найдены только в условиях рынка в классическом понимании этого слова. А современный российский туррынок, увы, очень далек от него. Пока мы имеем большой туристический «черкизон», где каждый выживает, как может. Одни страдают патологической ненасытностью, другие – неумеренным демпингом. Тендеры по привлечению корпоративного клиента переходят из категории «кто лучше и профессиональнее» в категорию «кто дешевле». Если «Аэрофлот» все-таки отменит агентскую комиссию, то у маленьких турфирм ничего не изменится. Они как работали на своих условиях, так и будут продолжать работать. Очень крупные компании – так называемые консалдаторы (а их немного) однозначно выиграют. А вот те фирмы, которые работают напрямую с клиентом, будь то туристы или корпоранты, которые не сидят на плечах субагентов, они как раз и пострадают. Перспективы слияния туроператорского и авиабизнеса весьма призрачны. Крупные турфирмы создавать авиакомпании не смогут. Им бы вовремя оплатить свои долги поставщикам. А авиакомпаниям это просто не нужно. У них и своих рисков хватает. Зато

вопрос слияния турфирм с каждым днем становится все актуальнее. Думаю, что текущие сложности, а также ожидаемые трудности заставят нас к этому вопросу относиться как минимум более внимательно.

ЕКАТЕРИНА ЕФИМОВА

«К возможной отмене авиакомпанией «Аэрофлот» агентской комиссии мы относимся отрицательно – это создает проблемы и нервную обстановку»

При взаимодействии с авиакомпаниями, как российскими, так и зарубежными, мы сталкиваемся с разными трудностями. Самая большая из них – разные правила возврата авиабилетов. У каждого перевозчика свои штрафные санкции. Иностранные компании, как правило, ничего не возвращают, за исключением случаев отказа в выдаче визы. С отечественными перевозчиками легче: в основном возвращается вся сумма, потраченная на авиабилет. При этом многие туристы уверены, что им должны возвращать деньги за авиабилеты полностью. Все эти «разборки» ложатся на нас. Еще одна проблема – высокие цены на групповые путешествия от российских авиакомпаний. Иностранные перевозчики к этому вопросу подходят более гибко. Решить проблему возврата средств за сданные билеты можно лишь одним способом: авиакомпании должны прийти к какому-нибудь единому знаменателю. С групповыми тарифами ситуацию может исправить возросшая конкуренция. Пока же сохраняются направления, на которых работает лишь один авиаперевозчик (например, в Ниццу выполняет рейсы только «Аэрофлот»). Здесь, естественно, будут сохраняться очень высокие тарифы. К возможной отмене авиакомпанией «Аэрофлот» агентской комиссии мы относимся отрицательно.

«Аэрофлот» создает проблемы и нервную обстановку. Из-за набавления разной комиссии всеми агентствами клиенту будут предлагать разные цены, и он начнет искать самые дешевые билеты. И опять все вернется к тому, что весь поток заявок пойдет через несколько компаний, которые будут отдавать билеты субагентам по нетто-цене, чтобы получить весь объем и иметь за это бонусы от «Аэрофлота». Кроме того, агентства будут брать билеты в первую очередь не у «Аэрофлота», а у авиакомпаний, которые дают комиссию.

МАКСИМ ПРИСТАВКО

«<< В условиях развитого и цивилизованного рынка реальной необходимости в слиянии туристического и авиационного бизнеса нет >>>

Поскольку мы практически полностью перевели наши перевозки на регулярные рейсы зарубежных авиакомпаний, то проблемы у нас в основном связаны с получением необходимого количества мест по хорошим ценам на нужные даты. Мы и в дальнейшем планируем работать в основном с зарубежными компаниями, сознательно дистанцируясь от российского рынка авиаперевозки. Наша позиция в данном случае пассивна. Когда российские авиаперевозчики хоть немного смогут соответствовать международным стандартам (и не только по соотношению цены и качества услуг, но и по пониманию того, что такое партнерские отношения), то мы рассмотрим вопрос о сотрудничестве с ними. Помимо туроператорской деятельности мы ведем активную продажу авиабилетов, поэтому мы, безусловно, заинтересованы в том, чтобы цена авиакомпании «для агентства» была ниже, чем для клиента. В отсутствие агентской комиссии невозможно строить долгосрочный бизнес. Однако развитие интернет-продаж и доступность покупки билетов пассажирами непосредственно в авиакомпании делает для перевозчиков невыгодным предоставление агентской комиссии. Говоря о перспективах по слиянию туроператорского и авиабизнеса, отмечу, что, на мой взгляд, очень небольшое число операторов в состоянии на протяжении всего года эффективно использовать собственный авиопарк. Как показывает опыт зарубежных туристических компаний, многие из них отказались от этой идеи. В условиях развитого и цивилизованного рынка авиаперевозки реальной необходимости в таком слиянии нет.

СЕРГЕЙ БУРАКОВ

«<< Решить имеющиеся проблемы могло бы более серьезное изучение опыта взаимоотношений операторов и авиакомпаний на иностранных рынках >>>

Среди основных проблем при работе с авиакомпаниями я бы отметил негибкость авиаперевозчиков по работе с блоками: число мест и направления определяются за 5–6 месяцев до наступления туристического сезона. Обычно объем, запрашиваемый у авиакомпаний, формируется на основе анализа объемов прошедшего сезона. Однако предсказать, каким будет новый сезон, невозможно. Контракты подписываются за 3–4 месяца до начала полетов. После этого процедура отказа или корректировка объема, стоимости билетов невозможна или очень сложна. Если туроператор не берет жесткие блоки, то получить туроператорский тариф (ИТ) практически нереально. Причем часто он бывает выше опубличованного тарифа для свободной продажи. Кроме того, авиакомпании хотят видеть загрузку круглогодично, не учитывая падение или увеличение спроса, возможные провалы в загрузке рейсов. Решить имеющиеся проблемы могло бы более серьезное изучение опыта взаимоотношений операторов и авиакомпаний на иностранных рынках. Громадный опыт в работе с группами, отказ от них, изменение числа пассажиров в группе как в меньшую сторону, так и в большую, возможность менять даты вылета или возврата, частично или полностью – все это уже практикуется во взаимоотношениях перевозчиков и турфирм во всем мире. Данный опыт обязательно должен быть востребован на пути к взаимовыгодному сотрудничеству и в наших реалиях. Идея «Аэрофлота» отменить агентскую комиссию кажется мне неоднозначной. Крупные компании, специализирующиеся на билетных продажах, разумеется, окажутся в выигрыше. Все они имеют субагентские сети, консолидированная выручка от которых позволит получать максимальное вознаграждение. В свою очередь туроператоры, использующие регулярную авиаперевозку, будут вынуждены закладывать дополнительный сбор, лишившись части агентского вознаграждения. А в рамках блочных, туроператорских или групповых тарифов комиссионные и так минимальны, так что тут ничего не изменится. Столь же проблематичной мне кажется и идея слияния в России операторского и авиабизнеса. Несмотря на то, что они оказались в тесной связке, все же это разные сферы деятельности. В создании оператором собственной авиакомпании (равно, как и наоборот) есть свои плюсы и минусы. В отечественных реалиях, мне кажется, минусы со временем вполне могут перевесить плюсы. Конечно, приятно возить туристов на самолетах собственной авиакомпании или грузить борта пассажирами, пришедшими через «карманного» оператора. Но ведь придется думать и о том, как в низкий сезон обеспечить загрузку аффилированной авиакомпании, или пытаться понять, почему дочерняя операторская фирма никак не может без демпинговых цен обеспечить загрузку провозных емкостей. А это – лишняя нагрузка на основной бизнес. Каждый должен заниматься своим делом.

Тб

>>> Участники рынка уверены, что переход к бонусной программе «Аэрофлота» серьезно отразится на всех агентствах этой компании, вне зависимости от их размера. Получить максимальный бонус 7% смогут очень немногие: наращивать объемы по 40% будет непросто даже крупнейшим игрокам. Небольшим агентствам будет и вовсе невыгодно работать с «Аэрофлотом» напрямую. Поэтому эксперты предполагают, что, в случае введения новой системы, рынок ждет период перехода небольших агентств в субагентский бизнес. Сейчас доля ТКП в продажах билетов «Аэрофлота» значительно больше, чем в 2004 году. Эта компания является одним из основных продавцов билетов перевозчика, а ее роль возрастает прямо пропорционально расширению «Аэрофлота» за счет присоединяющихся к нему компаний. Это сотрудничество выгодно «Аэрофлоту», – уверены эксперты. В свое время конфликт с ТКП уже стал импульсом для возвращения «Аэрофлотом» комиссионных вознаграждений. Участники рынка надеются, что так же произойдет в этот раз. Иначе даже крупнейшие компании могут понести серьезные убытки, а «Аэрофлот» лишится мобильности из-за исчезновения небольших агентств.



Открыть свою Америку

Генеральный директор компании «Америка Трэвел» и председатель совета партнерства VisitUSA **МАРГАРИТА БАБАЯН** рассказывает о том, что к заокеанскому государству Соединенные Штаты нужно присмотреться с правильной стороны. К ее мнению стоит прислушаться, ведь именно Маргарите Бабаян в 2009 году Торговый отдел посольства США в Москве вручил «Сертификат за высокие достижения в коммерческой деятельности», отметив ее вклад в развитие туризма из РФ в США.

БЕСЕДОВАЛА СВЕТЛАНА ФУНТУСОВА

Маргарита, расскажите, пожалуйста, о вашей семье, о родителях.

Знакомство моих родителей – очень романтическая история. Спустя два месяца после знакомства папа сделал предложение, и вот уже 41 год они живут душа в душу. Это прекрасный образец построения семейных отношений. Мой семейный стаж сейчас насчитывает 10 лет, и я надеюсь, что он достигнет такого же возраста.

Какие наиболее яркие воспоминания из детства?

Я родилась и выросла в Москве, училась в знаменитой английской спецшколе-гимназии №45. Ее директором более 40 лет был Леонид Исидорович Мильграм – ветеран Великой Отечественной войны, Народный учитель СССР и Почетный гражданин Москвы. Школа уникальная, здесь учились многие известные люди: журналист Артем Боровик, музыкант Александр Скляр, поэт Юлия Друнина, актрисы Людмила Целиковская и Юлия Рутберг, режиссер Федор Бондарчук. В школу еще в советские времена приезжали иностранные делегации, читали лекции знаменитые журналисты, писатели, космонавты. Мы достаточно свободно высказывались и дискутировали на разные темы. Я помню, что в старших классах несколько раз принимала участие в телевизионных съемках программ о молодежи. Удивительным образом в школу я попала без блата и могу сказать: самое лучшее, что случилось со мной в жизни – это путевка в жизнь, данная родителями, и это учебное заведение. Так сложились обстоятельства, что именно в школьные годы меня впервые забросило на североамериканский континент, связь с которым осталась навсегда.

Как это произошло? В 1989 году состоялся первый советско-американский обмен учениками средних учебных заведений, в котором участвовала и московская школа №45. Ребята сами выбирали тех, кто поедет в США. Я тогда училась в 10 классе и проявляла большую активность в жизни школы и класса. За меня проголосовало большинство, так я попала в список десяти школьников, которые в составе делегации отправилась в Америку. Мои родители – инженеры. Оба работали на закрытых предприятиях, и я до последнего момента не верила, что мне разрешат участвовать в поездке, но, к счастью, это случилось.

Какие остались впечатления? В начале 1989 года мы поехали в США на целый месяц. Наша делегация вызывала такой интерес, что не оставалось времени на учебу! Нас возили по различным радиостанциям и мероприятиям, а в Вашингтоне даже организовали встречу с Рональдом Рейганом в Овальном кабинете Белого дома. Мы видели то, что сейчас уже туристам не показывают. Поездка перевернула мое представление о США, и здесь произошло третье уникальное событие в моей

жизни. Я попала в очень интересную семью. Ее глава Дэвид Шиплер – известный писатель и журналист, лауреат Пулитцеровской премии, пишущий о сегодняшней жизни Америки. В 1972 году он был выслан из России за поддержку Звиада Гамсахурдия, ставшего впоследствии первым президентом Грузии. У Шиплера – богатейшая коллекция книг и интереснейших знакомств. В его семье росли трое детей, причем первый ребенок был приемным – из Вьетнама.

Не возникло мысли остаться жить в США? Многие меня спрашивают, не хотелось ли там остаться или снова уехать туда. Нет, таких планов не было, хотя в начале 1990-х годов подобные мысли иногда меня посещали. С самой первой поездки у меня сложилось достаточно объективное впечатление о США. Благодаря Дэвиду Шиплеру я увидела и другую, непарадную сторону американской жизни. В рамках официальной программы пребывания в стране мы видели яркую рекламу на улицах, большие концертные залы, где дирижировал Мстислав Ростропович – многоцветный счастливый мир. А Шиплер показал мне иную Америку – трущобы, в которые белые люди ходить опасаются. В 1993–1994 годах, когда бизнес в России только становился на ноги, а законы переписывались каждый день, мы были крайне незащищены. В то время возникала мысль поменять что-то в жизни в поисках стабильности и уверенности в завтрашнем дне. Но сейчас я понимаю, что существуют вещи, которые все-таки не надо в жизни менять. Я очень рада, что мои дети растут в той же языковой культуре, что и я, читают и мыслят на родном языке. Они ходят в ту же школу, в которую ходила я. Мы посещаем те же театры, музеи и выставки, которые я помню с детства. Когда есть определенная преемственность и традиции, к которым в моей семье относятся очень бережно и стараются их передать из поколения в поколение, в этом и есть стабильность и счастье.

Как сложилась ваша жизнь после окончания школы? Поездка в США стала поворотным моментом в моих жизненных планах. Я готовилась к поступлению в педагогический институт, но мой преподаватель по английскому языку предложила поступать в Московский государственный институт им. Мориса Тореза – в то время ведущий языковой вуз страны. Так зажглась новая мечта. Конечно, это был безрассудный поступок: после первого экзамена сразу стало понятно, что не поступлю, но я решила сдать все экзамены в любом случае.

С последнего из них меня пришел встречать папа. Пока ждал, увидел объявление, что в советско-американскую программу ищут секретаря-машинистку со знанием английского языка. Он посчитал, что я идеально подхожу, поэтому снял все объявление целиком. Через пару дней я заехала в эту фирму, чтобы поговорить >>>

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Ф.И.О.

Маргарита Гагиковна Бабаян

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Москва

ОБРАЗОВАНИЕ

МГЛУ им. Мориса Тореза, MBA Touro University International, New York, USA (специализация Marketing & Management), выпускница программы SABIT U.S.A. Department of Commerce (специализация SME Development)

ДОЛЖНОСТЬ

генеральный директор компании «Америка Трэвел» и председатель совета партнерства VisitUSA

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ

английский, испанский

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

Москва

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

замужем, два сына (9 лет и 1 год), дочь 5 лет

ХОББИ

образование



»» На **38%** ежегодно увеличивается объем турпотока из России в США.

о возможности трудоустройства. Это был коллектив молодых и энергичных людей. Как потом выяснилось, меня взяли только по той причине, что я уже бывала в Америке, а они нет. Так я попала в компанию, которая при поддержке серьезных международных организаций осуществляла прием американских делегаций на территории нашей страны и направляла советские (затем – российские) группы по обмену в США.

Чем вы занимались в последующие годы?

Опыт организации поездок в США был колоссальный. Это было такое блестящее время, когда визу в США выдавали без проблем, прямо по списку. Но вот выездную советскую визу получить было весьма сложно. Однако все быстро изменилось: Советский Союз распался, появилась кооперация, исчезли бюджетные деньги, но стали быстро расти доходы у частных лиц. Несмотря на то, что организация уже не могла работать в том виде, как была создана, костяк специалистов остался. Мы до сих пор работаем вместе и сохраняем партнерские отношения с теми, с кем начинали давным-давно. Поэтому и здесь прослеживаются традиции и полезный консерватизм. Если что-то складывается хорошо, не надо искать лучшего где-то на стороне, нужно ценить то, что есть, и совершенствовать это. Надо заметить, что, уже работая, на следующий год я все-таки поступила в Институт им. Мориса Тореза, который почти сразу был переименован в Университет иностранных языков, и успешно совмещала учебу с работой в течение пяти лет. Все, что я изучала в институте, старалась применить на практике.

Как развивалась ваша работа в туризме?

В 1993 году у нас появился офис в США, и мы продолжили организовывать деловые поездки, которые спонсировались различными предприятиями. Уже тогда мы предлагали поездки не только в крупные города США – Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Сан-Франциско, но и, например, в Орlando. Это сейчас все знают, что недавно там открылся «Уголок Гарри Поттера» в парке «Юниверсал Айлендз», а в те годы спрашивали – а где это?

К 1996 году появились наши первые туристы, которые могли себе позволить путешествия в Америку. Я всегда с удовольствием вспоминаю, что именно с деловых поездок и начиналась наша компания, потом добавились студенческие программы, одна из которых «Гость в семье» была очень популярна в 1994–1996 годах, а затем уже появились экскурсионные туры для индивидуальных и групп.

В 1996 году мы впервые выступили на выставке МПТТ, начали обрывать туристическими связями. В регионах, например, в Перми, Тольятти, Владивостоке и Екатеринбурге, до сих пор есть компании, с которыми мы начинали работу в те далекие времена. До 1998 года наш офис представлял компанию People&Knowledge в России, мы

одними из первых сделали рекламный тур в США. После кризиса 1998 года возникла острая необходимость расширить свое присутствие в России под каким-то собственным названием, отражающим туристическую направленность нашей организации. Поэтому было принято решение взять название «Америка Трэвел». При этом слоган «Америка для вас» остался зарегистрированной торговой маркой нашей фирмы. После получения всех необходимых документов мы получили возможность работы с еще большим числом партнеров в России. В принципе, можно сказать, что People&Knowledge и «Америка Трэвел» – два офиса одной компании.

Маргарита, вы строгий руководитель? Я достаточно демократичный начальник, потому что мы живем не для того, чтобы работать, а работаем для того, чтобы жить. Я всегда стараюсь входить в положение своих сотрудников, и они мне отвечают взаимностью. Считаю, что сотрудникам не надо создавать таких условий, которых никогда не создавал бы для себя.

За много лет такой подход дал свои результаты, и мои коллеги – это мой тыл, на них всегда можно положиться. Всех сотрудников мы выращиваем сами, профессионалов не берем, так как для нас важно, чтобы человек был абсолютно лоялен к нашей компании и тому продукту, который мы продаем.

Я стараюсь организовать процесс работы таким образом, чтобы каждый сотрудник, независимо от должности, обязательно мог посетить США. Для меня важно, что у нас в компании текучка кадров отсутствует: к нам приходят и трудятся на протяжении многих лет. Особенно горжусь тем, что практически все ключевые менеджеры работают со мной более 15 лет.

Расскажите о принципах разработки ваших программ. Наша компания предлагает туристам только те программы, которые мы делаем сами, работая напрямую с поставщиками услуг. Мы не пользуемся турагами, которые предлагают американские туроператоры. Весь продукт создаем самостоятельно. У российских туристов свой менталитет и особые ожидания, поэтому важно адаптировать наш продукт именно для них. Турист из России всегда принципиален и любознателен, его не устраивает пассивное прослушивание информации. Ему нужен действительно знающий, эрудированный, внимательный и всегда интересный гид. Сейчас мы делаем ставку на авторские экскурсионные программы по целому ряду городов, которые уже скоро предложим туристам. Как показывает практика, самые лучшие гиды – русские эмигранты, покинувшие СССР в 1980-х и 1990-х годах. Тогда уезжало очень много людей с гуманитарным складом ума, с хорошим образованием и русским языком, а историю городов, где они живут в настоящее время, они изучают досконально. Поэтому важно не только предложить туристу размещение и

трансфер, но и создать атмосферу – ощущение того, что его мечта реализовалась.

В последние 20 лет у нас идет постоянная пропаганда американского образа жизни, особенно через фильмы и голливудских «звезд», а это накладывает определенный отпечаток, создает стереотипы о жизни в США. Приезжая, турист видит не то, что он представлял себе, и разочаровывается. Просто из-за того, что город не преподнесли таким, какой он есть на самом деле. Например, Лос-Анджелес – это мегаполис, состоящий из нескольких городков. Его сложно показывать туристам, но я знаю гида, который умеет так рассказать об этом городе, что все влюбляются в Лос-Анджелес.

В чем заключается деятельность совета партнеров VisitUSA? Знакомство российских туристов с США до сих пор находится только на первоначальном этапе. Далеко назад его отбросила политическая ситуация в мире в 1999–2002 годах, поскольку это отразилось на туристах в усложнении процедуры выдачи виз. Создание VisitUSA – это инициатива посольства и торгового представительства США, чтобы консолидировать туроператоров, которые хотят и умеют продавать туры в эту страну. Мы много лет ждали этого момента. Бизнес рос очень медленно, и многие компании ушли с данного сегмента рынка. Потенциал американского рынка очень большой, но в настоящее время поток туристов из России не превышает 170 тысяч человек в год, включая и тех, кто отправляется в США на учебу, по программам Work&Travel и на деловые мероприятия. Выезжающих с туристическими целями пока немного, тем не менее посольство констатирует годовой прирост потока из России на уровне 38%. Наша задача силами VisitUSA расширить рынок. Прежде всего, через образовательные программы, «зажечь» региональные агентства на работу по данному направлению через рекламные туры, активное сотрудничество, семинары и мастер-классы. В регионах присутствует некая робость по отношению к работе с США, и клиенты, которые обращаются в агентства, порой лучше осведомлены о стране, чем менеджеры. Кстати, на нашем сайте есть возможность пройти тест и получить сертификат специалиста по работе с США.

Расскажите о ваших любимых городах в США.

Безусловно, Новый Орлеан с его красочной ночной жизнью. Это уникальный город креольской культуры, очень близкий мне и, считаю, малоизвестный. За городом находятся сохранившиеся уголки Старого Юга, цивилизация которого была «унесена ветром». Но «мой» Новый Орлеан – город, не тронутый наводнением... К сожалению, его дома с ажурными балконами и красивейшие усадьбы, таящие в себе тайны и загадки полузабытого прошлого, еще не входят в общедоступные туристические экскурсионные маршруты для российских туристов. Мы много лет предлагали сюда экскурсии как продолжение тура в Вашингтон и Нью-Йорк, но было крайне мало тех, кто выбирал данный город для своей поездки. На самом деле это именно та культура южных штатов Америки, которую хотят видеть туристы, но почему-то ищут ее в мегаполисах. Это та Америка, которая сохранилась в литературных образах и легендах.

Также мне очень нравится Сан-Франциско. Его образ связан неразрывно с Россией. Например, отсюда отправлялись экспедиции Николая Резанова, на основе которых создана легендарная рок-опера «Юнона и Авось». Этот город связан со многими традициями русских мореплавателей, которые держали курс на Аляску и зимовали в Сан-Франциско. Недалеко от города Монтерее находится знаменитый «канареечный ряд», увековеченный Джоном Стейнбеком и знакомый мне со школьных лет, когда я открыла для себя мир этого писателя. Не могу не упомянуть и любимое место для всей моей семьи – Гавайские острова, с их размеренной жизнью и прекрасным солнечным климатом, где можно отключиться от всего и радоваться солнцу, морю и завораживающим полинезийским танцам, что дает колоссальную позитивную энергетику. Кроме того, есть города, отношение к которым у меня менялось с течением времени. Например, я категорически не любила Нью-Йорк, но потом открыла его для себя и поняла. Этот город очень интересный, бурный и постоянно меняющийся. А Лас-Вегас стал просто огромным и перестал быть «моим» городом в какой-то момент. Его размеры и чрезмерная пышность отделили.

Тб

МАРГАРИТА БАБАЯН

«Мне всегда очень нравилась научная деятельность в области лингвистики. В институте была интересная кафедра американской фонетики. Мне доставляло огромное удовольствие изучать диалекты разных штатов Америки. Возможно, если бы не началась перестройка, я занялась бы наукой, а не туризмом. Даже сейчас довольно регулярно я стараюсь участвовать в каких-нибудь образовательных программах, собираю новые слова, входящие в английский язык, мечтаю усовершенствовать свой испанский и выучить французский»

TOURBUSINESS
ТУРБИЗНЕС



Интернет-портал
журнала «Турбизнес»

www.tourbus.ru –

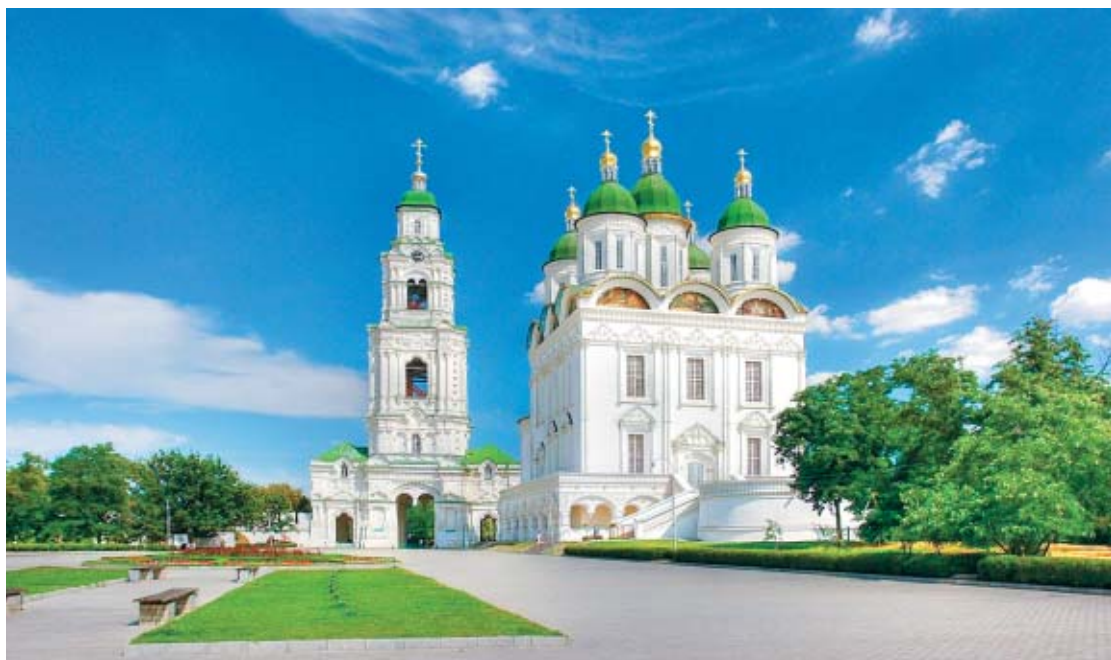
ваш активный помощник
и деловой партнер

- главные новости турбизнеса и мнения экспертов
- анонсы выставок, workshop и других деловых мероприятий
- мастер-классы туроператоров и консультации специалистов
- онлайн-версия «Турбизнеса» и тематических выпусков
- ежедневная новостная рассылка (14 тысяч подписчиков)

Столица Каспия

Астраханские бренды – арбуз, вобла, лотос и розовый фламинго – давно и заслуженно пользуются популярностью у россиян. Регион готов представить на туристическом рынке новые перспективные проекты.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ,
СВЕТЛАНА ФУНТУСОВА



»» 50

туристов приходится на тысячу жителей Астраханской области.

Заместитель председателя правительства Астраханской области Галина Зотеева приводит такие данные: сегодня 80% туристической сферы области составляет рыболовно-охотничий туризм, в дельте Волги сегодня насчитывается до 500 баз, гостиниц и гостевых домов разной вместимости для рыбаков. 7% приходится на деловой туризм, а остальные виды туризма не набирают и 13%.

Такая структура, по мнению заместителя министра спорта и туризма Астраханской области Надежды Жилкиной, нуждается в корректировке. В регионе прекрасные условия для развития этнотуризма — на ее территории живут представители 160 национальностей, народностей и этносов, исповедующих христианство, мусульманство и буддизм. Культурно-исторические и природные памятники региона известны далеко за его пределами: Астраханский кремль, который весной 2012 года, возможно, будет включен в список объектов Всемирного наследия человечества ЮНЕСКО, посещает до 700 тысяч человек в год.

КООРДИНАЦИЯ ДЕЙСТВИЙ

По словам губернатора Астраханской области Александра Жилкина, туризм занимает весьма заметное место в эко-

номике области: на 1000 человек ее жителей приходится до 50 туристов. Культурно-исторические и природные памятники региона известны далеко за его пределами: Астраханский кремль, Сарай-Бату — бывшая столица Золотой Орды, биосферный заповедник в дельте Волги. В прошлом году в Астрахани открылся оперный театр на 1200 мест — лучший из построенных в России в постсоветское время. Два года назад заработал первый бизнес-отель уровня 5 звезд, всего в 600-тысячном городе насчитывается более 150 объектов размещения. По мнению руководителя Ростуризма Александра Радыкова, развитие туристической индустрии в регионе может стимулировать возобновление круизных маршрутов. Этот крупный проект включает строительство современных круизных судов, создание развитой портовой инфраструктуры, строительство стоянок и баз для яхт, приведение в порядок пляжей, подготовку квалифицированных кадров и унификацию визового режима для участников круизов. Одним из первых шагов на этом пути, отмечает глава Ростуризма, должно стать формирование координационного совета по развитию туризма в Прикаспийском регионе с участием представителей пяти государств.

Первый серьезный шаг уже сделан — в конце прошлого года в Астрахани состоялась I Международная конфе-

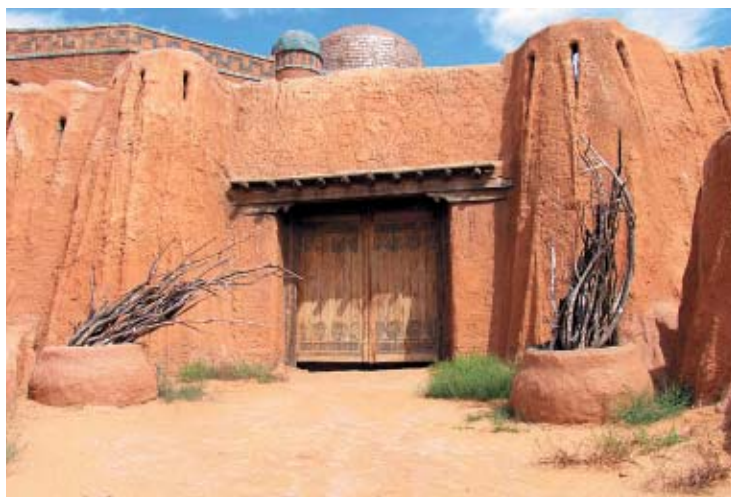
АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ

Волгоградская обл.



<<< Бывшая столица Золотой Орды. Музей под открытым небом в Сарай-Бату

<<< Астраханский кремль. Уникальный архитектурный и исторический штрих – в Астраханском кремле Лобное место находится у входа в Успенский собор, комплекс дополняют Архиерейские палаты



рениция по развитию туризма в Прикаспийском регионе, организованная Министерством спорта, туризма и молодежной политики РФ, Федеральным агентством по туризму, правительством и министерством спорта и туризма Астраханской области. Помимо двухсот российских делегатов, в конференции приняли участие представители четырех других стран каспийского региона – Азербайджана, Казахстана, Туркмении и Ирана, а также Исабель Гаранья – региональный директор по Европе Всемирной туристской организации ООН. Пленарное заседание предварили подписание главой Ростуризма Александром Радьковым, губернатором Астраханской области Александром Жилкиным и президентом Республики Ингушетия Юнус-Бекем Евкуровым двух соглашений о взаимодействии в сфере туризма.

И КРУИЗЫ ТОЖЕ

Несколько лет назад на теплоходе «Мария Ермолова» был проведен пробный тур по маршруту «Астрахань – Актау» (Казахстан). Однако генеральный директор судоходной компании «Каспийская круизная линия» Владимир Фиалкин утверждает, что в деле развития круизного туризма на Каспии – особенно международного – сегодня больше проблем, чем достиже-

Большие редкости

В апреле в областном центре после реставрации открылся краеведческий музей – один из главных филиалов Астраханского музея-заповедника. Одним из первых посетителей музейных экспозиций стал губернатор Александр Жилкин, сообщает туристический портал Астраханской области.

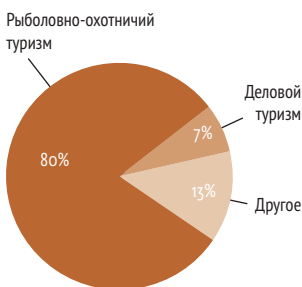
В декабре 2012 года старейшему в Нижнем Поволжье музею страны исполняется 175 лет. Новые выставки и экспозиционные комплексы, мультимедийные презентации, интерактивные площадки для детей в каждом музейном зале – результат четырехлетней работы музейного коллектива. Современное оборудование получили основные музейные помещения – фондохранилища и таксидермическая лаборатория. На выставке «Живое прошлое земли» можно видеть никогда ранее не выставлявшиеся экспонаты – это мамонтиха Муса и бизон Федор, извлеченный из песка в селе Косика Енотаевского района. Возраст этих и других представленных находок составляет более 400 тысяч лет.

Зал «Рыбное богатство Волго-Каспийского бассейна» стилизован под гигантский аквариум с мультимедийными презентациями на полу и стенах. Среди экспонатов такие гиганты, как белуга длиной 5,8 метра и четырехметровый осетр.





Туризм в Астраханской области



ний. Нет межгосударственных соглашений о круизном туризме. Не определен собственно юридический статус Каспия (море или озеро). Не предоставляются льготы по приему пассажиров. Нет взаимного признания пассажирских лицензий и единых правил внешнего и внутреннего каботажного, а также страхования судов. Не решены экологические вопросы и вопросы безопасности мореплавания на Каспии. Даже не обсуждался на межгосударственном уровне вопрос о создании в регионе единого безвизового пространства.

Реальной целью работы всех, кто заинтересован в развитии туризма в регионе, считает Асылхан Есилов, начальник управления координации и реализации турпрограмм комитета индустрии туризма министерства туризма и спорта Казахстана, должно быть создание единого турпакета на Каспии и системы его продвижения на рынок. Начинать следует, по мнению независимого консультанта Кристиана Деттмеринга, вице-президента компании Tivaris, с создания узнаваемого регионального турпродукта, установления прочного партнерства с профильными туроператорами и создания соответствующей запросам потенциального клиента инфраструктуры.

Директор департамента компании «Финансовый и организационный консалтинг» Екатерина Брызгина отмечает, что потенциальные организаторы каспийского круизного туризма пока не очень отчетливо представляют себе, кто именно будет потребителем их турпродукта. Тем не менее, как говорят на Востоке, дорогу осилит идущий, и начинать круизному туризму на Каспии следует с 2–3-дневных маршрутов выходного дня (маршрут Астрахань — Махачкала — Дербент — Баку) и лишь со временем переходить к организации 7–8-дневных круизов с заходами в Энзели (Иран), Туркменбаши и Актау.

АСТРАХАНЬ НЕ ОТПУСТИТ

В марте в Москве состоялась презентация нового каталога «Астрахань туристическая» и Кодекса гостеприимства жителя Астраханской области. На мероприятии присутствовали министр спорта и туризма Астраханской области Олег Дементьев, заместитель министра спорта и туризма Астраханской области Надежда Жилкина, председатель Астраханской туристической лиги Нина Попова, генеральный директор ООО «Сарай-Бату» Александр Бондаренко, заместитель директора по коммерческим вопросам ФГУ ЦР ФССР «Тинаки» Вячеслав Волынкин.

Традиционно Астраханская область на туристическом рынке ассоциируется с охотой и рыбалкой. Пользуются популярностью рыболовно-охотничьи базы «Гусиный остров», «Синяя птица», «Остров Колочный», «Лазурь», «Белинская-58», «Северный Каспий», «Барсучок», «Дворянское гнездо», «Глаголь» и др. Однако в сфере активного отдыха есть опасная для туристов проблема — нелегальные объекты размещения и проводники подвергают отдыхающих неоправданному риску.

В настоящий момент в базе данных Астраханской туристической лиги находятся 212 официально зарегистрированных баз отдыха, гарантирующих безопасность туристам и всем отдыхающим при приобретении у них туристических услуг. На сайте Лиги опубликован их полный список.

Грязь астраханских соляных озер употреблялась для лечебных целей уже в первой половине XV века. Центр реабилитации «Тинаки» расположен в 16 км от Астрахани. Основной лечебный профиль центра — болезни сердечно-сосудистой и нервной систем, мочевыводящих путей и кожи, гинекологические проблемы и заболевания опорно-двигательного аппарата. Центр «Тинаки» обрел популярность благодаря природным лечебным факторам, к которым можно отнести минеральную хлоридную натриевую йодо-бромную воду «Тинакская», используемую для принятия ванн и лечебно-питьевых целей, и иловую сульфидную грязь месторождения «Озеро Лечебное».

Комплекс «Сарай-Бату», расположенный в степном оазисе Волго-Ахтубинской поймы в 120 км от Астрахани, может войти в число лучших российских достопримечательностей. Город был основан в 1250 году и находился на перекрестке главнейших торговых путей Евразии — Великого Шелкового пути и Волжского торгового пути. В 2010 году в этих местах снимался исторический фильм «Орда», и город вновь возвели — уже в виде декораций. Теперь комплекс доступен для туристов. Гостям предлагаются анимированные шоу и экскурсии, национальная кухня и одежда, сувениры, а также конные прогулки, полеты на дельтапланах и воздушных шарах.

Красная книга

Исключительна богата область кулинарными традициями — им посвящена недавно изданная по инициативе губернатора Александра Жилкина книга «Кулинарное путешествие в Каспийскую столицу». Это не только увлекательное чтение, издание рассказывает о местных, сформировавшихся на протяжении веков и с участием разных народов блюдах (в первую очередь, рыбных), о которых в Центральной России



вряд ли кто-то слышал. Таких, как рахманка из разных видов рыб, вяленая отварная, астраханская тюрка и мклак (няжняя губа сома). Любое из этих блюд в окружении других, более привычных, например, десятков различных видов ухи — могло бы

стать темой для особого гастрономического турмаршрута. Некоторые кухни, например, ловецкую (ловцы — рыбаки, живущие в низовьях Волги) в пору заносить в гастрономическую Красную книгу.

Гении места

В Москве в Государственном Историческом музее открылась выставка-презентация Национальной портретной галереи

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

Несмотря на то, что жанр портрета в России родился лишь в конце XVII века, первый предок Национальной портретной галереи появился именно в нашей стране. Неспроста своя «национальная портретная» существовала в любой дворянской усадьбе.

Свободное и массовое посещение Военной галереи Зимнего дворца (332 портрета), открытой 25 декабря 1826 года — за 33 года до лондонской галереи! — разумеется, не предусматривалось. Зато ее прямой потомок — открытый в Великом Новгороде летом 1862 года памятник «Тысячелетие России», на котором изображены 128 главных персонажей отечественной истории, — мог свободно осмотреть каждый.

Следующим шагом к созданию Национальной портретной галереи в России стало открытие в Таврическом дворце Санкт-Петербурга выставки «Русский портрет», главными инициаторами создания которой выступили Великий князь Николай Михайлович и искусствовед Николай Врангель, младший брат последнего белого главнокомандующего. Но Врангель вскоре умер, и последним дореволюционным шагом к Национальной портретной галерее стал роскошный многотомный труд Великого князя «Русские портреты» (репринт издан в 2001 году).

В советскую эпоху, когда из истории любимыми способами изымались не только отдельные личности, но и целые семьи, ни о каком собрании исторических портретов, понятно, и речи быть не могло. Впервые в постсоветское время о создании Национальной портретной галереи заговорили в 1994 году, после открытия в петербургском Мраморном дворце большой выставки неизвестных



портретов из фондов Русского музея. Более того — создать такую галерею предполагалось в только что переданном Русскому музею Михайловском замке. Может быть, получится в Москве? «Но прежде, чем принимать официальное решение о создании нового музея, — говорит директор Государственного Исторического музея Алексей Левыкин, — надо дать исчерпывающие и четкие ответы на ряд вопросов. Нужна ли России такая галерея? Ответ очевиден: России, с ее сформировавшимся за века отношением к отдельной личности, индивидуальности, такая галерея, возможно, нужнее, чем какой-либо другой стране». Большинство опрошенных корреспондентом «ТБ» представителей туристической отрасли также не сомневается в необходимости ее создания: такая достопримечательность украсит столицу и быстро станет популярной у туристов. Если сомнений нет, то где, в каком здании будет располагаться галерея? Владимир Путин говорил о здании бывшего музея Ленина, но у Исторического музея есть свои, вполне законные виды на него. Между тем в Москве немало исторических зданий, лежащих на самых популярных экскурсионных маршрутах, которые вполне подошли бы для размещения галереи. Например, московский «Зимний дворец» (особняк Апраксиных) на Покровке. Или Нижние торговые ряды. Может быть построено и специальное здание в находящемся под «историческим парком» Зарядье. «Разумеется, — подчеркивает Алексей Левыкин, — в такой галерее не может быть места ни копиям, ни пресловутым новоделам». Осенью в Русском музее должна открыться в продолжение московской — причем в расширенном формате — выставка национального портрета. **ТБ**



«<< России такая галерея, возможно, нужнее, чем какой-либо другой стране >>

**АЛЕКСЕЙ
ЛЕВЫКИН**

Директор Государственного Исторического музея

ВИДЕН ХАРАКТЕР



«>>> В мире существует единственная Национальная портретная галерея. Находится она в самом центре Лондона, на Трафальгарской площади. Размещается в одном здании с Национальной галереей и является весьма популярным туристическим объектом. Вход в оба музея — бесплатный. Основное отличие от национальной пинакотеки состоит в том, что на подписях к картинам крупным шрифтом значатся имя и фамилия изображенного, а фамилия художника — внизу, петитом. Первые ее «персонажи» принадлежат к очень далекому веку британской истории.

Убытки «топят» наши паромы

Руководство паромного оператора St. Peter Line констатирует: обе действующие на Балтике линии убыточны. «Минус» доходит до нескольких сот тысяч евро в месяц.



»»» В 2012 году St. Peter Line намерена увеличить количество перевезенных пассажиров лишь до 700–750 тысяч человек.



«« Нужно делать выбор: либо интересы нескольких частных лиц, либо общественное благо от наличия паромных линий »»»

ИГОРЬ ГЛУХОВ

Президент St. Peter Line

«Нынешняя система управления портом ставит под вопрос не только паромное сообщество, но и весь круизный туризм в Петербурге, – считает президент St. Peter Line Игорь Глухов. – Решение сделать порт только пассажирским с экономической точки зрения заведомо проигрышное. В наших широтах все порты работают с паромными, которые обеспечивают 85% пассажиропотока. За 9 млрд рублей мы получили самый дорогой в мире терминал для приема круизных судов, высокий сезон для которых длится не больше четырех месяцев в году».

В этом отношении Игорь Глухов прав: в наиболее популярных портах Балтики (Таллин, Стокгольм, Хельсинки) одновременно работают многие паромные компании, а в Петербурге – только две. Да и калибр у них разный. В 2012 году St. Peter Line намерена увеличить количество перевезенных пассажиров на 25% – до 700–750 тысяч человек. А конкурирующий с компанией эстонский концерн AS Tallink Grupp, например, в прошлом году перевез почти 8 млн пассажиров.

Опыт пытавшихся открыть аналогичные паромные линии финских и эстонских предпринимателей показывает – регулярные пассажирские паромные перевозки из Петербурга в Хельсинки (а тем более в Стокгольм) при имеющихся объемах экономически неэффективны. Но объясняется это не только отсутствием на борту паромов грузовиков. По словам Алексея Салумаа, генерального директора ООО «Таллинк-Ру», стирка одного килограмма белья в Таллине стоит 32 евроцента, а в Петербурге аналогичная услуга дороже примерно в 10 раз. Игорь Глухов приводит другой пример: в городе на Неве портовый сбор составляет 14 евро (с человека), а в Финляндии – 2 евро.

Может ли оздоровить паромную экономику перевозка трейлеров? Да, особенно в «низкий

сезон, когда поток туристов сводится к минимуму. Однако и обе ветви власти, и общественность выступают категорически против. Никто из жителей близлежащих к «Морскому фасаду» домов – в ближайшем будущем на намывных территориях рядом их появится гораздо больше – не желает видеть фуры. Против и автомобилисты: выехать с Васильевского острова и сегодня серьезная проблема.

Сейчас ситуация такова: из-за проблем с экономикой St. Peter Line вынуждена перейти на «гибкий» график отправки паромов, обусловленный необходимостью набора хотя бы минимального числа пассажиров. А отправку судов осуществляет с Морского вокзала – старого комплекса, также расположенного на Васильевском острове.

Руководство оператора не устает повторять, что политика УК «Морской фасад» идет вразрез с интересами турбизнеса и города. Поэтому управляющую портом компанию нужно сменить – St. Peter Line готова взять ответственность на себя. В противном случае оператор не исключает, что паромные линии, как это ранее уже не раз случилось, из-за нерентабельности придется закрыть. Следовательно, прощайте сотни тысяч зарубежных туристов и соответствующие доходы в бюджет, которых в 2011 году «Морской фасад» принес на 200 млн рублей.

В целом отношение к идее завести в «Морской фасад» автопоезда остается негативным. Ответственность и значительная часть экспертов уверена, что загрузка мощностей порта накатными грузами возможна только после строительства в этом районе развязки Западного скоростного диаметра. Но до этого паромные линии в Петербурге могут и не дожить. Группа компаний, в которую входит St. Peter Line, в письме на имя замминистра транспорта РФ уже попросила у государства около 600 млн рублей на поддержание существующих линий в 2012–2013 годах. **Тб**

Супер-яхты к Первомаю

1 мая флотилия «Рэдиссон Ройал, Москва» открыла на Пушкинской набережной в Центральном парке культуры и отдыха имени Горького новый причал и офис продаж билетов

Оператор популярных комфортабельных судов приглашает на ежедневные и круглогодичные прогулки на ультрасовременных яхтах. Стоимость взрослого билета с 1 мая составит 900 рублей, детского – 650 рублей. Продажи билетов по маршруту №2 (Причал «Парк Горького» – Деловой центр «Москва-Сити» – Новоспаский мост – причал «Парк Горького») включены в единую систему продаж флотилии.

Флотилия «Рэдиссон Ройал, Москва» образована в процессе модернизации гостиницы «Украина», позднее открытой под брендом «Рэдиссон Ройал, Москва». Пять яхт флотилии – «Фердинанд», «Капелла», «Бон Вояж», «Селебрити» и «Скарлет» – построены по специальному проекту. Благодаря конструктивным особенностям судов, усиленному корпусу для навигации в зимних условиях, климат-контролю и всепогодному панорамному остеклению салона, навигация по Москве-реке для яхт «Рэдиссон Ройал» теперь не прекращается круглый год – ком-



форт для пассажиров гарантирован в любую погоду. Другое прогрессивное новшество – фиксированное расписание рейсов и возможность покупки билетов онлайн, а также посредством фирменных терминалов и пунктов продаж.

В связи с открытием причала в парке Горького флотилия «Рэдиссон Ройал» построила новые супер-яхты с улучшенными характеристиками и большей вместимостью, которые придут в Москву

нынешним летом. Длина судов – 50 метров, ширина – 9,5 метра, водоизмещение – 212 тонн, круизная скорость – 10 узлов. На яхтах установлены двигатели Volvo Penta. Вместимость каждой яхты – до 200 пассажиров.

Площадь салона-ресторана – 300 квадратных метров, верхняя палуба (165 квадратных метров) оборудована столиками на двоих, нижние носовая и кормовая палубы – общей площадью 50 квадратных метров.

КРУИЗЫ В РАССРОЧКУ

Компания «Инфлот» ввела специальные условия приобретения в рассрочку речных круизов на теплоходах «Александр Бенуа», «Н.А. Некрасов», «Карл Маркс», «Василий Чапаев», «Анатолий Папанов», «Космонавт Гагарин» и «Башкортостан». В течение срока первичного бронирования необходимо внести 50% от полной стоимости путевки, а полную оплату можно совершить за 30 дней до начала рейса. На круизы теплоходов «Дмитрий Фурманов», «Юрий Никулин» и «Салават Юлаев» размер предоплаты в течение срока первичного бронирования составляет 30%, на теплоход «Владимир Маяковский» – 25%. Эти условия действительны для всех бронирований с 3 апреля 2012 года.

Новый проект «Мостурфлота»

С 2013 года оператор речных круизов приступает к реализации нового проекта «Этнокруизы»

Путешественники смогут больше узнать о народах России, живущих по берегам судоходных рек и озер. Это знакомство с богатыми культурными традициями, укладом жизни, историей, кухней, творчеством. Круизы, в ходе которых туристов ждет специальная этнопрограмма, помечены специальным логотипом в списке рейсов навигации 2013 года.

«Волга – главная река России, на берегах которой с древних времен зарождалась и развивалась цивилизация. На протяжении веков на берегах Волги и ее притоков жили и живут самые разные народы нашей многонациональной страны. Уже в эту навигацию многие рейсы наших теплоходов будут содержать некото-

рые элементы «Этнокруиза». Например, знакомство с блюдами национальной кухни, с культурными традициями некоторых республик и областей», – рассказывает заместитель генерального директора по туризму компании «Мостурфлот» Светлана Гончарова.

Проект охватит такие регионы, как Татарстан, Чувашия, Карелия, Башкортостан, Удмуртия, Марий-Эл, а также народы Нижегородской, Ярославской, Тверской, Ивановской, Костромской, Рязанской, Владимирской областей. Первый «Этнокруиз» со специальной программой пройдет на теплоходе «Михаил Булгаков» по маршруту Москва – Казань – Елабуга – Москва с 9 по 20 сентября 2012 года.

МАТЕРИАЛЫ ПОДГОТОВИЛИ
СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ,
МИХАИЛ ГУРЕВИЧ

Отличный сайт – отличный от других

Число интернет-проектов, специализирующихся на продаже авиаперевозок, неуклонно растет. Вместе с тем нельзя не отметить, что большинство из них словно сделаны под копирку – по одному раз и навсегда установленному шаблону. Остается только догадываться, почему покупатель должен отдать предпочтение тому или иному ресурсу, что отличает его от сонма аналогичных?

ТЕКСТ ПЁТР КУТИС

Руководитель, основатель и идеолог проекта OneTwoTrip.com

»»» И еще о важном. Обычно продавцы для обмена или возврата билета предлагают писать электронные письма или требуют личного присутствия пассажира. В случаях переноса или отмены рейса во многих компаниях зачастую просто не успевают информировать клиента об этих изменениях.

Посмотрим на те особенности, которые способны выделить проект из общей массы, позволить сайту громко заявить о себе.

1. Возможность заказа нескольких билетов, предложение вариантов по нескольким тарифам/ценам. Обычно на близкие даты вылета, когда вы хотите заказать, скажем, три билета в Париж на 1 мая и указываете в начале поиска трех пассажиров, большинство сайтов предложат все три билета по одному тарифу/цене. И если, к примеру, у авиакомпании осталось только два билета по цене X, а другие продаются дороже – по цене Y, то вы увидите результат: 3 билета по цене Y.

Правильнее, если в начале поиска сайт не будет спрашивать количество пассажиров, а покажет все варианты по всем доступным тарифам в расчете на одного пассажира с указанием гарантированного количества доступных мест. После выбора варианта перелета сайт предложит указать количество пассажиров. Если мест не хватило, то автоматически произойдет добор билетов по следующему тарифу на этот же вариант перелета. Это даст клиентам существенную экономию. В данном примере в рамках одного заказа 2 билета будут предлагаться по цене X и один билет по цене Y.

2. Предоставление пользователям рейтинга каждого рейса, который учитывает множество параметров. Можно рассматривать «стаж» борта, согласно статистике перелетов каждого конкретного воздушного судна по каждому рейсу, количество опозданий на этом рейсе и их время, количество отмен рейса, расстояние между спинками кресел в самолете и многое другое. Причем необходимо проводить очень глубокий анализ. Скажем, учитывать один лишь возраст самолета – неправильно. Важно знать также, где и сколько он использовался ранее. Скажем, пять лет в Уганде – не то же самое, что пять лет в Германии.

3. Работа с различными агентами IATA по всему миру. Ценовая политика авиакомпаний может быть отличной для разных стран, доступность мест на один и тот же рейс также может существенно отличаться-

ся. Сервис в автоматическом режиме должен проверять цены во многих странах и предлагать клиентам самые выгодные варианты.

4. Предоставление клиентам возможности производить оплату билетов без дополнительных сборов (например, компенсации за эквайринг).

5. Начисление клиентам бонусов как за оформленные билеты, так и за приглашение друзей в сервис.

6. Размещение в социальных сетях и на мобильных платформах приложения сайта.

7. Предложение не только билетов, но и бронирования проживания в отелях, аренды автомобилей и других продуктов для путешественников.

Тот, кто задумывается о развитии своего сайта по продаже авиаперевозок, должен стремиться **автоматизировать систему отслеживания изменений в билете**, инициированных авиакомпанией. Информировать клиентов по SMS на мобильный телефон и электронную почту, указанных при оформлении заказа.

Также весьма ценно позволить вашим клиентам в режиме онлайн **производить возврат и обмен билетов без каких-либо писем или звонков.**

Этот сервис существенно ускорит процессы обмена/возврата билетов, сделает их намного более прозрачными.

Для увеличения объемов продаж требуется разработать и предлагать **партнерскую программу White Label**, в рамках которой на любой сайт можно будет внедрить модуль (как ролик с YouTube) и продавать билеты, выплачивая партнерам часть полученного дохода. При этом весь процесс от момента поиска до момента оплаты включительно должен происходить на сайте партнера. Даже процесс обмена и возврата при желании партнера должен производиться без упоминания «материнского» сайта. Только тогда это будет настоящий White Label в действии, а не только его название. Например, в компаниях этот модуль можно поставить на интранет-портал, существенно ускоряя и упрощая процесс покупки авиабилета для сотрудников.

БЫТЬ ЯРКИМ

«Мы уверены, что клиент, который готов заплатить адекватную цену за отличный продукт, придет именно к нам», – считает новый заместитель генерального директора по продажам и маркетингу Best Western Hotel&Convention Center **АЛЕКСАНДР ПОЛЯКОВ**. В беседе с корреспондентом «ТБ» он прокомментировал свое назначение и рассказал о планах по продвижению отеля на рынке гостиничных услуг Москвы и России.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА



Александр, какие первоочередные задачи стоят перед вами на данном этапе развития отеля?

В сфере продаж, наряду с сохранением существующей клиентской базы и поддержанием отношений с нашими долгосрочными партнерами, перед нами стоят задачи поиска новых партнеров в различных ценовых сегментах, развития электронных каналов дистрибуции, обеспечения загрузки гостиницы на периоды традиционного снижения спроса. Мы также активно занимаемся продвижением бренда Best Western на российском рынке, оптимизируем работу сайта гостиничного комплекса.

Как можно охарактеризовать нынешнюю маркетинговую стратегию отеля, у вас есть планы по ее изменению?

Хотя маркетинговая стратегия разрабатывается в период утверждения бюджета, она действительно может претерпевать в интересах бизнеса значительные изменения. Связано это как с изменениями в рыночной среде, так и с поведением наших конкурентов. На данный момент мы уделяем все большее внимание высокомаржинальным клиентским сегментам. Западный бренд и постоянное улучшение качества обслуживания позволяют нам быть уверенными в том, что клиент, который готов заплатить адекватную цену за отличный продукт, придет именно к нам.

На какие маркетинговые инструменты, на ваш взгляд, следует обратить особое внимание на нынешнем этапе развития гостиничного рынка? На данный момент наиболее «модным» направлением и каналом продвиже-

ния услуг являются социальные сети. Это связано с ускорением темпа жизни, интенсификацией использования компьютеров, мобильных устройств. Все больше времени люди проводят не в беседах лицом к лицу, а в общении через различные сайты и программы. Перевод части нашего внимания в виртуальную сферу заставляет поставщиков услуг появляться и там. Все больше туристов организуют свои путешествия, будь то бизнес или отпуск, самостоятельно – без использования услуг посредников. А это означает, что надо не только присутствовать в этом пространстве, но и быть ярким за счет новых идей и специальных предложений.

« Мы активно занимаемся продвижением бренда Best Western на российском рынке и оптимизируем работу сайта гостиничного комплекса »

**АЛЕКСАНДР
ПОЛЯКОВ**

Карьерный рост

Александр Поляков начал свою карьеру в службе приема и размещения гостиницы Fairfield Inn by Marriott в Нью-Йорке, занимал должность начальника отдела бронирования гостиниц сети «Марriott» в Москве, затем продолжил свой карьерный путь в качестве директора по ценообразованию и управлению доходностью московского отеля «Ритц Карлтон». С 2008 года занимал должность вице-президента ОАО ВАО «Инту-

рист», курировал вопросы руководства гостиницами сети Intourist Hotel Group, развития и продвижения гостиничного бренда на рынке РФ, внедрения стандартов, формирования прогрессивной системы продаж, включая зарубежные объекты, контроля за операционной деятельностью гостиниц. Лауреат премии Marriott Tiefel, номинант премии «Звезды гостеприимства 2002» Ассоциации гостеприимства и туризма штата Нью-Йорк.

Созидатель отельной жизни

ЭРИК ПЕР, новый генеральный управляющий отеля «Коринтия Санкт-Петербург» (бывший «Коринтия Невский Палас»), – опытный отельер, профессионал своего дела, более четверти века работающий в индустрии гостеприимства в разных уголках мира. На вопрос корреспондента «ТБ» о популярном в свое время в нашей стране романе Артура Хейли «Отель», из которого можно было почерпнуть знания об устройстве гостиничного механизма, Эрик Пер ответил готовым афоризмом: «Я не читаю романы об отельной жизни – я ее созидаю».

БЕСЕДОВАЛ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН



Как вы пришли в отельный бизнес? Вы помните отель, где начинали свою карьеру?

В отельном бизнесе я уже около 25 лет, но интерес к гостиничной жизни возник значительно раньше. Когда я был ребенком, мои родители часто путешествовали и брали меня с собой. В поездках мы останавливались в отелях. Конечно, я видел гостиницы с парадной стороны, и мне все в них нравилось – интерьеры, комфорт, сервис. Вот тогда зародился мой интерес к этой сфере. Окончив школу, я решил учиться на отельера, и теперь точно знаю, что сделал правильный выбор.

Моим первым рабочим местом стал Hotel du Palais в Биаррице. Когда-то это была летняя резиденция принцессы Софии и императора Наполеона II, позже преобразованная в гостиницу. Я работал в службе room service. Следующей позицией стало место аналитика ресторанной службы в Hotel Le Royal, пятизвездном отеле в Люксембурге, входящем в группу The Leading Hotels of the World.

Где вы работали до назначения в Санкт-Петербург?

Полтора года назад я получил приглашение от компании «Коринтия» поработать в качестве генерального управляющего в пятизвездном отеле Corinthia Tripoli в Ливии. Кстати, компания «Коринтия» стала пионером развития отельного бизнеса в данном регионе, открыв в столице одну из лучших гостиниц страны. К сожалению, мое пребывание там оказалось коротким из-за политических коллизий. Военные действия заставили многие компании приостановить свою деятельность. В это время образовалась вакансия в России, и я с удовольствием принял новое предложение стать управляющим Corinthia Hotel St. Petersburg.

Деловой туризм в Петербурге имеет хорошие перспективы развития.

Гостиница стала ведущей среди пятизвездных отелей города по объему предоставляемых бизнес-услуг. На сегодняшний день мы имеем самый крупный конференц-центр, где одновременно могут разместиться до 1200 человек. Самый большой парадный зал «Невский» имеет площадь 538 квадратных метров и способен вместить более 500 человек.

Одно из наших достоинств – универсальность делового комплекса, в котором можно проводить мероприятия самого разного плана – конгрессы, конференции, политические форумы, презентации и светские мероприятия. В отеле, например, проходил «Бал Северная Венеция». Для организации питания у нас есть отдел банкетов, который может гибко подстраиваться под рабочий график мероприятия. Есть специальный повар, координирующий работу банкетного отдела.

Назовите конкурентные преимущества отеля в работе с деловыми вояжерами.

Специальная корпоративная программа Events at Corinthia призвана оптимизировать взаимодействие отеля и заказчика мероприятия. Одна из основных составляющих программы – предоставление event-ассистента, который находится на связи с заказчиком круглосуточно. Еще одно наше преимущество – большое разнообразие категорий номеров (у нас их семь) – в городе такого нет ни в одной пятизвездной гостинице. Все это появилось благодаря реализации проекта расширения и модернизации отеля, в результате которого отель имеет крыло представительского класса и бизнес-крыло. Результатом стал повышенный спрос на наши услуги. В 2011 году прошла выездная сессия Азиатско-Тихоокеанской ассоциации. В нынешнем году состоялись два крупных мероприятия – конференция компании «Пирелли» и форум «Газпромнефть».

Как отель сотрудничает с турфирмами?

Все более ощутимыми с точки зрения генерирования бизнеса становятся преимущества, полученные в результате реализации проекта расширения отеля, появления конференц-центра и дополнительных 107 номеров представительского класса. Мы ведем гибкую ценовую политику в работе с туроператорами. Особенно это касается низкого сезона, когда стоимость номера может существенно снижаться.

Кстати, мы считаем, что важнее продвигать Петербург как туристическое направление в целом, нежели концентрировать внимание на увеличении привлекательности низкого сезона. Для этого, в частности, мы организуем ознакомительные поездки в отель наших партнеров из турфирм, чтобы они лучше познакомились с возможностями гостиницы и города.

У «Коринтии» самый большой номерной фонд среди пятизвездных отелей Северной столицы – 388 номеров. Если бы в Петербурге не было ярко выраженной сезонности, это могло бы стать преимуществом. Но поскольку это не так, и номера нужно заполнять круглый год, мы активно сотрудничаем с туристическими фирмами, разрабатываем различные предложения в течение всего года. Это должна быть улица с двусторонним движением. Среди наших специальных предложений можно выделить бонус для турлидеров,

когда при достижении определенного объема продаж организатор группы получает бесплатно не простой номер, а номер представительского класса. Для координаторов деловых мероприятий предоставляется люкс Five senses с массажным креслом. В распоряжении гостя – набор ароматических масел, фрукты, минеральная вода. Все это создает условия для отдыха и восстановления сил.

Какие зарубежные направления вы считаете приоритетными для въездного туризма в Россию?

В настоящее время происходит расширение географии наших рынков, чему способствует и ряд объективных факторов. Например, в Петербург начала выполнять рейсы авиакомпания Emirates, которая активно работает на восточном и юго-восточном направлениях. В этой связи у нас появился новый крупный клиент – Индия. Мы ожидаем в этом сезоне туристические группы из этой страны.

Очень перспективен Китай, с которым у нас давно налажены отношения на уровне размещения делегаций во время официальных визитов. Например, во время Экономического форума и саммита у нас останавливался председатель Народного китайского собрания со своей делегацией. Китай для нас интересен и как гигантский туристический рынок. Мы сотрудничаем с одним из ведущих китайских туристических изданий – приглашаем журналистов для подготовки статей о Санкт-Петербурге, в которых представляется и наш отель.

Какое качество для сотрудника отеля вы считаете самым важным?

Отельный бизнес – это не работа, а образ жизни. Работая в гостинице, необходимо быть энтузиастом. Сотрудник отеля должен быть доброжелательным, коммуникабельным, способным работать в команде. В этой связи мы уделяем большое значение обучению персонала. На это тратится довольно большая часть бюджета. Я лично посещаю некоторые занятия, поскольку мне важно чувствовать настроение персонала, видеть, как люди реагируют на наши программы. Мы отправляем сотрудников на стажировки в другие отели Corinthia, а оттуда персонал приезжает учиться к нам. Например, сейчас один из наших менеджеров находится на учебе на Мальте, а другой в ближайшее время отправится в Лиссабон.

У вас есть любимое место в отеле? Не в моих правилах сидеть в офисе за закрытыми дверями. Я часто бываю в тех местах, где обычно бывает скопление гостей, и в этом смысле лучшим местом является лобби. Гости, как правило, любят общаться с генеральным управляющим и с энтузиазмом реагируют на его вопросы о впечатлениях от пребывания в отеле и городе. От них я узнаю много полезного для совершенствования нашей работы.

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Ф.И.О.

Эрик Пер

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Франция

ОБРАЗОВАНИЕ

Высшая школа отельного бизнеса в Париже, Корнельский университет в Нью-Йорке

ДОЛЖНОСТЬ

генеральный управляющий отеля

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ

английский, итальянский, французский

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

Санкт-Петербург

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

женат, двое сыновей

ХОББИ

гольф, футбольный болельщик



>>> На **20%** увеличился в 2011 году объем сотрудничества «Коринтии» с турфирмами.

РУБРИКУ ВЕДЕТ
АННА ЮРЬЕВА



Mercure на «Ярославском взморье»

Группа Ассог заключила договор на управление отелем Mercure, который планируется построить в курортной зоне «Ярославское взморье»

Документ подписали генеральный директор группы Ассог по России и СНГ (ООО РМХК) Алексис Деларофф и председатель совета директоров ГК «Агранта» Сергей Бачин. Новая гостиница будет построена в рамках проекта создания курортной зоны в Центральной России «Ярославское взморье». Отель расположится на берегу Рыбинского водохранилища. Дизайн планируется выполнить в традиционном русском стиле, характерном для памятников архитектуры Золотого кольца. Гостиничный комплекс примет своих первых постояльцев в 2017 году. Инвестором проекта выступает группа компаний «Агранта». Общий объем инвестиций в строительство отеля составит свыше миллиарда рублей.

«Ярославское взморье» будет специализироваться на организации загородного отдыха, туризма, проведении выездных деловых мероприятий. Новый отель предложит гостям 130 номеров, в том числе стандартные номера, номера бизнес-класса, номера класса «люкс» и «полулюкс». Будут работать рестораны, бары, фитнес-центр с двумя бассейнами, финская и турец-

кая бани, спа-салон с массажным кабинетом и бизнес-центр. Благодаря вместительному конференц-залу на 200 посадочных мест в отеле можно будет проводить мероприятия международного уровня. Кроме этого, к услугам гостей — 6 переговорных комнат общей площадью 200 квадратных метров, парковка на 130 машиномест.

В рамках проекта «Ярославское взморье» в прошлом году был введен в эксплуатацию клубный отель «Гелиопарк Бухта Коприно» уровня 4*, кроме того, ведется строительство яхт-клуба, начато жилищное строительство, обустраиваются пляжи, прибрежная зона, дороги. Отель в Ярославле станет второй гостиницей бренда Mercure в нашей стране. Первой стал открытый в середине марта текущего года Mercure Arbat Moscow. На ближайшие годы запланировано появление в России гостиниц Mercure Липецк, Mercure Кемерово, Mercure Роза Хутор (верхний и нижний уровни) Mercure Сочи Университи Плаза, Mercure Тюмень, Mercure Бахрушина, Mercure Бауманская, Mercure Ростов-на-Дону, Mercure Коприно Плаза.

Холидей Инн Москва Симоновский
Holiday Inn Moscow Simonovsky



- 217 просторных номеров
- 7 конференц-залов
- Ресторан Sanctuary
- Лобби бар
- Огромная подземная парковка
- Фитнес-центр
- Бесплатный wi-fi




■ 217 spacious rooms ■ 7 conference rooms ■ Sanctuary Restaurant
Lobby Bar ■ underground parking ■ fitness centre ■ free wi-fi

От Павелецкого вокзала - 10 мин
От Киевского вокзала - 20 мин
От Белорусского вокзала - 30 мин

Paveletskaya Train Station - 10 min
Kievskaya Train Station - 20 min
Belorusskaya Train Station - 30 min

Москва, Симоновский вал, 2
Т. +7 (495) 287 1400
sales.simonovsky@ihg.com
www.hi-moscow-simonovsky.ru



2, Simonovsky Val, Moscow
Т. +7 (495) 287 1400
sales.simonovsky@ihg.com
www.hi-moscow-simonovsky.ru

Marriott завоевывает Сибирь

Marriott International объявила о своем новом российском отеле, который появится в Красноярске

Красnoyarsk Marriott Hotel будет управляться по соглашению с ОАО «Крепость-Отель», его открытие запланировано на конец 2014 года. Гостиница расположится в трех километрах от исторического центра города, из ее окон будет открываться великолепная панорама на Енисей. Это второй отель Marriott в Сибири после недавно открывшегося Courtyard by Marriott Irkutsk.

«Мы рады объявить о новом отеле в своем портфолио, количество отелей нашего флагманского бренда Marriott Hotels&Resorts в Европе неуклонно растет, — отметила Эми Мак-



ферсон, президент и управляющий директор Marriott International в Европе. — В настоящее время у нас 14 отелей в России, и мы здесь видим огромный потенциал для развития».

Новый отель в Красноярске поможет удовлетворить растущую потребность в первоклассных конференц-залах в городе, он будет располагать большим балльным залом и пятью залами для встреч.

Hyatt на столичной арене

Hyatt Hotels Corporation и «ВТБ Арена Парк» подписали соглашение об управлении Hyatt Regency Moscow

Гостиницу построят в рамках реализации проекта «Арена Парк», включающего также реконструкцию стадиона «Динамо» в Петровском парке. В отеле будет 297 номеров, включая 40 сьютов и 56 меблированных апартаментов класса «люкс», конференц- и банкетные залы, четыре ресторана и бара, фитнес- и спа-центры. Питер Норман, старший вице-президент по развитию Hyatt International в Европе, Африке и на Ближнем Востоке, отмечает: «Открытие Hyatt Regency Moscow, которое мы анонсировали спустя всего несколько месяцев после объявления о двух новых отелях во Владивостоке, станет значительным вкладом в дальнейшее укрепление наших позиций на российском рынке». «Мы рады сотрудничеству с Hyatt в рамках реализации проекта «Арена Парк», – сказал руководитель «ВТБ Арена Парк» Андрей Перегудов.

В рамках проекта «Арена Парк» реконструируют футбольный стадион, построят арену для хоккейных и баскетбольных игр, торгово-развлекательный комплекс, офисные здания и апартаменты. Первых постояльцев Hyatt Regency Moscow примет в 2015 году. Сейчас в нашей стране работают Ararat Park Hyatt



Moscow и Hyatt Regency Ekaterinburg, к сентябрьскому саммиту АТЭС начнут работу отели во Владивостоке – Hyatt Regency Vladivostok, Golden Horn и Hyatt Vladivostok Burny. На 2014 год запланировано открытие Hyatt Regency Sochi.

Carlson Rezidor и его команда

В Москве в гостинице Radisson Blu Белорусская состоялся рабочий семинар компании The Rezidor Hotel Group, на котором присутствовали представители ключевых отелей группы в России и ближайшем зарубежье

Мероприятие посетили порядка 130 гостей. В семинаре приняли участие 27 отелей, представляющих бренды Radisson и Park Inn by Radisson из Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Астрахани, Мурманска, Великого Новгорода, Ижевска, Екатеринбурга, Калининграда, а также из Риги, Вильнюса, Таллина, Киева, Баку,

Астаны, Чешме. В ходе семинара гости познакомились с новой командой так называемого глобального офиса продаж Carlson Rezidor в Москве: Людмилой Киселевой, директором отдела продаж, Евгенией Губайдулиной, менеджером по продажам в сегменте MICE, Ольгой Сухоровой, менеджером по продажам в корпоративном сегменте

и Татьяной Некрасовой, координатором отдела. Том Фланаган, региональный вице-президент Rezidor по Восточной Европе, отмечает: «В ближайшие два-три года мы планируем открыть еще 8 гостиниц в России, включая проекты в Сочи – отели Radisson Blu Resort&Congress и Radisson Роза Хутор (Красная Поляна)».

БЕСПЛАТНО
ПРОВОДНОЙ ИНТЕРНЕТ
В НОМЕРАХ И
WiFi
В КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛАХ,
РЕСТОРАНАХ, БАРАХ И
ХОЛЛЕ ГОСТИНИЦЫ

**НОВОТЕЛЬ МОСКВА ШЕРЕМЕТЬЕВО.
ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ И
ГОСТЕЙ ВЫСТАВОК В КРОКУС-ЭКСПО**

Специальные цены на размещение гостей, включая
Бесплатный трансфер от/до Крокус-Экспо
в дни проведения выставок.
Бесплатно: автобусы в/из Шереметьево,
фитнес-центр, бассейн

Tel.: +7 (495) 626-59-00, fax: +7 (495) 626-59-03/04,
e-mail: reservations@novotel.ru

Booking on **novotel.com** Designed for natural living

GDS CODES: Amadeus: RT MOWNOV Galileo: RT 23814 Sabre: RT 29959 Worldspan: RT NYMOW



« В сегменте сьютов главную конкуренцию InterContinental в Москве составят Ritz-Carlton и Lotte. Пока отель только начал свою работу, в структуре его постояльцев половину составляют гости из-за рубежа, а половину россияне. Это не совсем обычно для гостиниц под брендом InterContinental, в которых доля иностранных гостей, как правило, выше – 60–70% »»

ОЛИВЕР ХОРН

Генеральный менеджер отеля

НАЗВАНИЕ

Intercontinental Moscow Tverskaya

КАТЕГОРИЯ

5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

16 февраля 2012 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Москва, ул. Тверская, 22

ФОКУС – ОТКРЫТИЕ

НОМЕРНОЙ ФОНД

203 номера, в том числе 184 стандартных, 8 номеров JuniorSuite, 8 номеров ExecutiveSuite. На последнем 12 этаже три президентских люкса – «Уланова», «Нижинский», «Дункан». Дизайн отеля разработан британской компанией Alex Kravetz Design. В оформлении использованы мрамор, кожа, дерево и другие высококачественные отделочные материалы.

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

10 современных конференц-залов с максимальной вместимостью основного зала до 300 человек, тренажерный зал и спа-центр, бар, ресторан «Чехонте». Отель является частью многофункционального комплекса Summit, общая площадь которого составит 64 тысячи квадратных метров.

Отель стал первым, представляющим данный бренд в российской столице. До его открытия в Москве функционировало 6 гостиниц в управлении гостиничного оператора InterContinental Hotels Group, работающих под дочерними брендами Holiday Inn и Crowne Plaza. Отели под брендом InterContinental позиционируются как гостиницы высокого класса, они расположены в центральных районах ведущих городов мира. Московский отель не стал исключением. Сьюты «Уланова», «Нижинский», «Дункан» могут объединяться в один номер площадью 650 квадратных метров. По словам генерального менеджера отеля Оливера Хорна, пентхаус используется не только для проживания гостей, но и как место проведения мероприятий. Этаж можно арендовать целиком, а на террасе любоваться видом на исторический центр Москвы можно круглый год: зимой здесь устраивают «ледяной бар».

КАК БРОНИРУЕТСЯ МАЙ

Менеджер по связям с общественностью

InterContinental Moscow Tverskaya **СВЕТЛАНА СЕМКО**

Май в отеле бронируется достаточно интенсивно, несмотря на традиционное для России затишье в первой половине месяца. Первые групповые заявки на этот период поступили еще в прошлом году, индивидуальные – в феврале. И это с учетом нашего открытия в конце 2011 года. В нашем отеле наибольшей популярностью пользуются номера стандартной категории.

По статистике, сейчас среди гостей поровну россиян и иностранцев: это особенность нового отеля, в дальнейшем иностранцев будет больше. Соотношение групп и индивидуальных туристов составляет примерно 3 к 7. Номера в среднем бронируются на 2–3 ночи.

Менеджер по управлению доходами отеля «Милан»

ТАТЬЯНА МЕРКУЛОВА

Активность бронирований на май небольшая, но мы планируем ее повышение после праздничных дней. Первые запросы на этот период начали поступать уже в августе 2011 года, но основная масса запросов – это март и апрель 2012 года. Наибольшим спросом пользуются стандартные номера. Высок спрос на номера категории делюкс (или свадебный люкс) и двухкомнатные люксы. В основном в этот период к нам приезжают иностранные гости, индивидуалы. Меньше групповых запросов и индивидуалов из стран СНГ и РФ. В среднем номера бронируются на 2–4 ночи.



В гостях хорошо, а дома..?



Операторы внутреннего туризма стремятся брать под управление отели и контролировать качество отдыха на всех его этапах

ТЕКСТ СВЕТЛАНА БАЕВА

Кризис в туристической отрасли: каковы последствия для рынка внутреннего туризма? В обсуждении этого вопроса за круглым столом, прошедшем в Москве в преддверии летнего сезона, приняли участие пресс-секретарь РСТ Ирина Тюрина, генеральный директор компании «Мультитур» Алексей Высоканов, генеральный директор компании «Дельфин» Сергей Ромашкин, генеральный директор компании «Алеан» Илья Уманский. По общему мнению экспертов, во внутреннем туризме кризиса нет – уже 15 лет отрасль демонстрирует стабильный устойчивый рост.

«По официальной статистике, в России отдыхает порядка 30–32 млн человек, то есть примерно 22% населения страны. И это только те, кто останавливается в гостиницах, домах отдыха, пансионатах, санаториях. Кроме того, именно туроператоры по внутреннему туризму занимаются Абхазией, Белоруссией. Таким образом, внутренний туризм охватывает не менее 30% населения России», – отмечает Ирина Тюрина. Согласно опросам, число туристов, которые проводят летний отпуск дома, сократилось с 62% в 2010 году до 52% в 2011 году. Количество туристов, которые выезжают в другие города и села России, а также в Краснодарский край, остается практически неизменным – 7–8%. В Крыму отдыхают порядка 2% россиян, столько же, сколько в других местах на территории бывшего СССР, за границу едут 5% наших соотечественников.

«Цены на гостиницы в Турции и Сочи сопоставимы, но к стоимости отдыха в Сочи добавляется цена трансфера, перелет. Сейчас авиабилеты стоят от 7,5 до 10 тысяч рублей, а в сезон цена может вырасти и до 25 тысяч рублей», – говорит Илья Уманский. Причин, по которым туры за рубеж зачастую оказываются дешевле, несколько. В первую очередь это жесткая конкуренция на популярных направлениях – операторы нередко вынуждены продавать туры по цене ниже себестоимости, что в итоге приводит к банкротствам. Вторая важная причина – высокая стоимость перевозки в России. «Все наши попытки организовать чартеры терпят фиаско. Крупным авиакомпаниям это не выгодно, а надежность перевоз-

чиков, с которыми можно было бы сотрудничать, – остается под вопросом. На мой взгляд, исправить ситуацию могли бы государственные дотации, отмена НДС на внутренних рейсах (на зарубежных его нет), поддержка бюджетных перевозчиков, которых просто выдавили с рынка», – считает Илья Уманский. Железнодорожные перевозки – отдельный вопрос. Пока «РЖД» не идет навстречу операторам, групповые тарифы зачастую дороже, чем индивидуальные, приобрести билет ранее, чем за 45 суток до отправления поезда, нельзя. Именно поэтому все больше туристов предпочитает передвигаться на собственных автомобилях или автобусах. По мнению Сергея Ромашкина, основная проблема операторов, продающих туры за границу, – это демпинг. В среде операторов по внутреннему туризму его нет, так как компании не несут рисков, связанных с организацией чартеров, да и схема сотрудничества с гостиницами изменилась. «Если раньше мы имели 80% жестких блоков, то сейчас – менее 10%. Низкие цены операторов выездного туризма – это высокие риски. Многие компании верят, что если они снизят цены, то взрывной спрос окупит издержки. Но этого не происходит. Во внутреннем туризме, наоборот, наблюдается устойчивый рост. Например, в прошлом году наша выручка выросла на 20–25% по сравнению с докризисным 2008 годом, а чистая прибыль – на 5%. Рынок устойчиво развивается», – подчеркивает Сергей Ромашкин.

«Активное строительство гостиниц на российских курортах, увеличение номерного фонда приводят к тому, что цены практически не увеличиваются, – рассказывает Алексей Высоканов. – Пик сезона постепенно смещается с июля-августа на июнь, сентябрь, в результате цены по сезону выравниваются. Увеличивается количество туристов, путешествующих на собственном транспорте, растет число ранних бронирований». По свидетельству эксперта, туристы становятся все более требовательными к качеству гостиниц – уменьшается число предложений с удобствами на этаже, востребованными становятся отели с бассейнами и кондиционерами, питанием по системе шведский стол, беспроводным интернетом, качественной анимацией.

>>> Не менее

30%

граждан РФ отдыхают в родной стране.

РОСТ ОБЪЕМОВ БРОНИРОВАНИЯ



Данные за январь – март 2012 года по компаниям «Мультитур», «Дельфин» и «Алеан»



Курорты для большинства

Чем привлекателен для россиян отдых на курортах нашей страны? Для поездок по России не нужен загранпаспорт, не требуется знание иностранного языка.

Еще можно вспомнить про теплое море, интересные экскурсионные маршруты, первоклассное лечение в санаториях в уникальных природно-климатических условиях.

Но достаточно ли этого для победы в конкурентной борьбе за клиента?

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

- «Классическая Швейцария» •
- «Швейцарские озера» •
- «Живая вода Швейцарии» •
- «Золотой перевал» •
- «Легенды и реальность Швейцарии» •
- «Мифы и легенды Швейцарии» •

Швейцария.
get natural.



Путешествие в Швейцарию 2012



INCOTRADE (Россия) Ltd.

Малая Бронная 2/7, офис 418
123104 Москва

Тел.: +7 (495) 690 53 25, +7 (495) 690 41 22, +7 (915) 152 89 81

Факс: +7 (495) 697 90 53

E-Mail: moscow@incotrade.ch

www.incotrade.ch



«Классическая Швейцария» 7 дней / 6 ночей

Цюрих – Берн – Женева

Базовый экскурсионный тур для первого знакомства со страной. Программа действует с 1995 года, она удачно комбинируется с отдыхом на Женевском озере на курорте Монтрё, в горах или на водных курортах Ивердон и Лейкербад. Отдых можно продлить на 3/5 ночей с оплатой по специальной цене.

Базовые цены на человека в двухместном номере

Евро 1160 (включая авиаперелет);

Евро 850 (без авиаперелета)

В стоимость включена комиссия агентствам

- Перелет рейсами Swiss International Airlines.
- Русскоговорящий гид встречает группу на маршруте.
- Групповые программы можно комбинировать с пакетами «Спа-отдых» и «Отдых на озерах».

Питание

Завтраки (шведский стол)

Гостиницы

Цюрих	2 ночи	Courtyard by Marriott 4*
Берн	2 ночи	Bern 4*
Женева	2 ночи	Les Nations 4* / Crowne Plaza 4*

Программа тура

Первый день. Прибытие в Цюрих

Русскоговорящий гид встречает группу в аэропорту Цюриха. Двухчасовая обзорная экскурсия по городу, посещение делового и торгового центра, Старого города, набережной озера, Липового дворика, панорамной площадки.

Второй день. Цюрих

Экскурсия в Штайн-ам-Райн (средневековый город на границе с Германией, известный старинными зданиями с фресками на фасадах). Остановка у Рейнского водопада – самого большого в Европе (входной билет включен). Возвращение в Цюрих.

Дополнительная экскурсия в Лихтенштейн с дегустацией вин. Таинственный город Айнзидельн, загадочная статуя «Черной Мадонны» и целебная вода.

Третий день. Цюрих – Люцерн – Берн

Переезд в Люцерн по панорамному маршруту. Краткий обзор Люцерна: Часовенный мост, монумент Лев – визитная карточка города, Ледниковый сад с Зеркальным лабиринтом. (Входные билеты включены.) В Берне двухчасовая экскурсия по городу: Кафедральный собор (внешний осмотр), Медвежья яма, Часовая башня, здание правительства и аркады Старого города. Свободное время.

Четвертый день. Берн

Свободный день.

Дополнительная экскурсия в Бернские Альпы: посещение курортов Интерлакен и Гриндельвальд, обзор типичных швейцарских шале.

Пятый день. Берн – Грюйер – Монтрё – Шильонский замок – Лозанна – Женева

Переезд в Женеву через Грюйер – Монтрё – Лозанну. По пути: посещение средневекового города Грюйер, Шильонского замка (входные билеты включены), прославленного Байроном, прогулка по цветочной набережной жемчужины Швейцарской ривьеры – города Монтрё, где стоят памятники В. Набокову, Ф. Меркьюри и другим известным личностям. Остановка в Лозанне у Олимпийского музея и посещение парка. В Женеве – свободное время.

Шестой день. Женева

Обзорная 3-часовая экскурсия по городу с обзором основных достопримечательностей и знакомством с историей города. Посещение старого центра города, парков и набережных, района международных организаций (посещение ООН не предусмотрено, возможно в свободное время).

Дополнительная экскурсия во Францию: Анси, Ивуар.

Седьмой день. Отъезд из Женевы

После завтрака трансфер в аэропорт.

Вылет.



«Живая вода Швейцарии» 7 дней / 6 ночей

Цюрих – Берн – Ивердон

Программа для тех, кто ценит размеренный отдых и комфорт. Курорт Ивердон – удобная отправная точка для знакомства с регионом Женевы и Женевского озера. Grand hotel des Bains 4* superior – один из лучших примеров отелей «на водах».

Базовые цены на человека в двухместном номере

Евро 1260 (включая авиаперелет)

Евро 940 (без авиаперелета)

В стоимость включена комиссия агентствам

- Перелет рейсами компании Swiss International Airlines.
- С 1 по 3 день группу сопровождает русскоговорящий гид.
- В стоимость включен переезд на поезде (2 класс) Берн – Ивердон – Женева (аэропорт).

Питание

Завтраки (шведский стол)

Гостиницы

Цюрих	2 ночи	Courtyard by Marriott 4*
Ивердон	4 ночи	Grand hotel des Bains 4* luxe

Программа тура

Первый день. Прибытие в Цюрих

Русскоговорящий гид встречает группу в аэропорту Цюриха. Затем двухчасовая обзорная экскурсия по городу, посещение делового и торгового центра, Старого города, набережной, Липового дворика, панорамной площадки. Экскурсия включает знакомство с основными историческими достопримечательностями Цюриха, историей и современной жизнью города.

Второй день. Цюрих

Экскурсия в Штайн-ам-Райн (средневековый город на границе с Германией, известный старинными зданиями с фресками на фасадах). Остановка у Рейнского водопада – самого большого в Европе (входной билет включен). Возвращение в Цюрих. Пешеходная экскурсия по Цюриху, для туристов, которые не посетили экскурсию в первый день.

Дополнительная экскурсия в Лихтенштейн с дегустацией вин. Поездка в таинственный город Айнзидельн – место паломничества всей Европы, загадочная статуя «Черной Мадонны» и целебная вода.

Третий день. Цюрих – Люцерн – Берн – Ивердон

Переезд в Люцерн по панорамному маршруту. Затем краткая обзорная экскурсия по центру Люцерна, Часовенный мост, монумент Лев, Ледниковый сад с Зеркальным лабиринтом. (Входные билеты включены.) Переезд в Берн по долине Энтлебух. По прибытии двухчасовая экскурсия по городу с обзором главных достопримечательностей: Кафедральный собор (внешний осмотр), Медвежья яма, часовая башня, здание правительства и аркады Старого города. Самостоятельный переезд на поезде в Ивердон. Самостоятельное размещение в отеле. Свободное время.

Четвертый – шестой дни. Ивердон

Свободные дни для посещения термального комплекса отеля и самостоятельного знакомства с достопримечательностями курорта Ивердон.

Неограниченное пользование термальным комплексом отеля: бассейны с горячей минеральной водой и массажными струями, сауны и парные бани. Все включено в стоимость проживания.

Спа-процедуры в отеле – за дополнительную плату (рекомендуется бронировать заранее).

Седьмой день. Выезд из Женевы

После завтрака (ланч-бокс) – самостоятельный переезд Ивердон – Женева (аэропорт) на поезде без пересадок. Вылет из Женевы.



«Мифы и легенды Швейцарии» 7 дней / 6 ночей

Цюрих – Люцерн – Лугано

Возможность увидеть разную Швейцарию: строгий Цюрих, туристический Люцерн, субтропический Лугано, в программу включен панорамный маршрут «Вильгельм Телль» – переезд на парохде по красивейшему озеру Швейцарии и на поезде через перевал Сен-Готард.

Базовые цены на человека в двухместном номере

Евро 1260 (включая авиаперелет)

Евро 960 (без авиаперелета)

В стоимость включена комиссия агентствам

- Перелет рейсами компании Swiss International Airlines.
- Русскоговорящий гид на маршруте.
- Групповые программы можно комбинировать с пакетами «Спа-отдых» и «Отдых в горах».

Питание

Завтраки (шведский стол)

Гостиницы (либо другие аналогичного уровня)

Цюрих	2 ночи	Courtyard by Marriott 4*
Люцерн	1 ночь	Monopol 4*
Лугано	3 ночи	Holiday Inn 4*

Программа тура

Первый день. Прибытие в Цюрих

Русскоговорящий гид встречает группу в аэропорту Цюриха. Двухчасовая обзорная экскурсия по городу, посещение делового и торгового центра, Старого города, набережной озера, Липового дворика, панорамной площадки.

Второй день. Цюрих

Экскурсия в Штайн-ам-Райн (средневековый город на границе с Германией, известный старинными зданиями с фресками на фасадах). Остановка у Рейнского водопада – самого большого в Европе (входной билет включен).

Возвращение в Цюрих.

Дополнительная экскурсия в Лихтенштейн с дегустацией вин. Таинственный город Айнзидельн, загадочная статуя «Черной Мадонны» и целебная вода.

Третий день. Цюрих – Люцерн

Переезд в Люцерн по панорамному маршруту. Осмотр города: Часовенный и Мельничный мосты, монумент Лев – визитная карточка города, Ледниковый сад с Зеркальным лабиринтом. (Входные билеты включены.) Размещение в отеле. Свободное время.

Дополнительная экскурсия в Берн с осмотром главных достопримечательностей: Кафедрального собора (внешний осмотр), Медвежьей ямы, Часовой башни, здания правительства и архитектурного ансамбля старого Берна, охраняемого ЮНЕСКО.

Четвертый день. Люцерн – Лугано

После завтрака русскоговорящий гид проводит группу до вокзала. Переезд на поезде / корабле из Люцерна до Лугано. Во время путешествия по озеру возможен стильный ланч (не входит в стоимость). Во Флюелене, в двух шагах от пристани, пересадка в панорамный вагон 1-го класса. Поезд проследует через горный массив Сен-Готард в Тичино.

Пятый день. Лугано

Свободный день.

Дополнительная экскурсия в парк «Швейцария в миниатюре», где в масштабе 1:25 представлены копии главных достопримечательностей страны (знаменитая башня с часами в Берне, Гроссмюнстер в Цюрихе и многое другое), а также действующая модель железной дороги, прогулочные пароходы и т.д.

В стоимость экскурсии включена прогулка по озеру на катере.

Дополнительная экскурсия в столицу кантона Тичино, город Беллинцона – город трех замков, с осмотром основных достопримечательностей.

Шестой день. Лугано

Свободный день.

Дополнительная экскурсия в Милан с осмотром основных достопримечательностей: готического Собора Дуомо, базилики Сант Амброджо (IV в.), церкви Санта Мария дельла Грацие, замка Сфорца, галереи Виктора Эммануила.

Седьмой день. Лугано – Цюрих

Переезд в аэропорт Цюриха (поездом или автобусом).



«Золотой Перевал» 8 дней / 7 ночей

Цюрих – Люцерн – Интерлакен – Монтрё – Женева

Уникальный тур, сочетающий знакомство с основными городами Швейцарии и поездки по панорамному маршруту «Золотой перевал». Экскурсия на вершину Юнгфрау (3450 м) станет незабываемым приключением, а посещение там «Ледового дворца» наверняка запомнится детям.

Базовые цены на человека в двухместном номере

Евро 1460 (включая авиаперелет)

Евро 1140 (без авиаперелета)

В стоимость включена комиссия агентствам

- Перелет рейсами Swiss International Airlines.
- Русскоговорящий гид на маршруте.
- Групповые программы можно комбинировать с пакетами «Спа-отдых» и «Отдых в горах».
- В стоимость включены билеты 2-го класса на поезд панорамного маршрута Golden Pass.

Питание

Завтраки (шведский стол)

Скидка

15 евро на одного человека при размещении в трехместном номере

Гостиницы

Цюрих	2 ночи	Courtyard by Marriott 4*
Люцерн	1 ночь	Monopol 4*
Интерлакен	2 ночи	Chalet Swiss 3*
Монтрё	1 ночь	Eurotel Rivera 4*
Женева	1 ночь	Crowne Plaza 4*

Программа тура

Первый день. Прибытие в Цюрих

Встреча в аэропорту Цюриха. Двухчасовая обзорная экскурсия по городу, посещение делового и торгового центра, Старого города, набережной озера, Липового дворика, панорамной площадки.

Второй день. Цюрих

Экскурсия в Штайн-ам-Райн (средневековый город на границе с Германией). Остановка у Рейнского водопада – самого большого в Европе (входные билеты включены). Возвращение в Цюрих.

Дополнительная экскурсия в государство Лихтенштейн с дегустацией вин. Таинственный город Айнзидельн, загадочная статуя «Черной Мадонны» и целебная вода.

Третий день. Цюрих – Люцерн

Переезд в Люцерн на автобусе по панорамному маршруту. Осмотр города: Часовенный и Мельничный мосты, монумент Лев и Ледниковый сад с Зеркальным лабиринтом (входные билеты включены). Размещение в отеле. Свободное время.

Дополнительная экскурсия в Берн с осмотром главных достопримечательностей.

Четвертый день. Люцерн – Интерлакен

Переезд поездом в сопровождении гида из Люцерна в Интерлакен через перевалы Брюниг и Майринген (первая часть панорамного маршрута «Золотой Перевал»). Размещение в отеле. Свободное время.

Пятый день. Интерлакен

Экскурсия на Юнгфрауёх – самую высокогорную железнодорожную станцию в Европе (3454 м). Подъем на гору, откуда открывается вид на альпийские панорамы с озерами, водопадами и типичными шале на горных склонах, а также на ледник Алеч. На вершине – пещеры, вырубленные в толще ледника, смотровая площадка, рестораны, музей, сувенирные киоски.

Шестой день. Интерлакен – Гштад – Монтрё

Продолжение путешествия по маршруту «Золотой Перевал» – переезд на панорамном поезде из Интерлакена в Монтрё. Размещение в отеле. Экскурсия в Шильонский замок (входные билеты включены в стоимость). Свободное время.

Седьмой день. Монтрё – Женева

Переезд на поезде из Монтрё в Женеву вдоль побережья Женевского озера. Обзорная трехчасовая экскурсия по Женеве: Старый город, парки и набережные, район международных организаций. Размещение в отеле. Свободное время.

Восьмой день. Выезд из Женевы

Завтрак в отеле. Трансфер в аэропорт. Отправление из Женевы.



«Легенды и реальность Швейцарии» 8 дней / 7 ночей

Цюрих – Берн – Лейкербад

Возможность увидеть исторические достопримечательности городов и отдохнуть в горах в отеле с бассейном с минеральной водой. Контраст шумных городов и тихого отдыха в горах, горный загар будет напоминанием о путешествии.

Базовые цены на человека в двухместном номере

Евро 1110 (включая авиаперелет)

Евро 790 (без авиаперелета)

В стоимость включена комиссия агентствам

- Перелет рейсами Swiss International Airlines.
- С 1 по 4 день группу сопровождает русскоговорящий гид.
- В стоимость включен переезд на поезде (2 класс) Берн – Лейкербад – Цюрих (аэропорт).

Питание

Завтраки (шведский стол)

Гостиницы

Цюрих	2 ночи	Courtyard by Marriott 4*
Берн	2 ночи	Bern 4*
Лейкербад	3 ночи	Griehring Badnerhof 4*

Программа тура

Первый день. Прибытие в Цюрих

Русскоговорящий гид встречает группу в аэропорту Цюриха. Двухчасовая обзорная экскурсия по городу: посещение делового и торгового центра, Старого города, набережной озера, Липового дворика, панорамной площадки. Экскурсия включает знакомство с основными историческими достопримечательностями Цюриха, историей и современной жизнью города.

Второй день. Цюрих

Экскурсия в Штайн-ам-Райн (средневековый город на границе с Германией, известный старинными зданиями с фресками на фасадах). Остановка у Рейнского водопада – самого большого в Европе (входной билет включен). Возвращение в Цюрих.

Дополнительная экскурсия в Лихтенштейн с дегустацией вин. Таинственный город Айнзидельн, загадочная статуя «Черной Мадонны», целебная вода.

Третий день. Цюрих – Люцерн – Берн

Переезд в Люцерн по панорамному маршруту. Краткая обзорная экскурсия по центру города: Часовенный мост, монумент Лев – визитная карточка города и Ледниковый сад с Зеркальным лабиринтом. (Входные билеты включены.) Переезд в Берн по долине Энтлебух. В Берне двухчасовая экскурсия по городу с обзором главных достопримечательностей: Кафедральный собор (внешний осмотр), Медвежьей ямы, Часовой башни, здания правительства и аркад Старого города. Архитектурный ансамбль старого центра Берна внесен в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. Размещение в отеле. Свободное время.

Четвертый день. Берн

Завтрак в отеле. Свободный день.

Дополнительная экскурсия в Бернские Альпы. Во время экскурсии знакомство с историей и красотами Бернских Альп, посещение курортов Интерлакен и Гриндельвальд. Возможность увидеть типичные швейцарские шале на фоне высочайших альпийских вершин, укрытых вечными снегами.

Пятый – седьмой дни

Самостоятельный переезд Берн – Лейкербад на поезде. Размещение в отеле.

Свободные дни для посещения термального комплекса отеля и знакомства с достопримечательностями курорта Лейкербад.

Неограниченное пользование термальным комплексом отеля: бассейнами с горячей минеральной водой и массажными струями, саунами и парными банями. За дополнительную плату – спа-процедуры в отеле (рекомендуется бронировать заранее).

Восьмой день. Выезд из Цюриха

Самостоятельный переезд Лейкербад – Цюрих (аэропорт) на поезде, без пересадок.

Вылет из Цюриха.



Фотографии: © Switzerland Tourism и Bern Tourismus

«Швейцарские озера» 8 дней / 7 ночей

Цюрих – Берн – Веггис

Программа рассчитана на летний сезон: комбинация экскурсий и отдыха на берегу красивейшего Люцернского озера на курорте Веггис. Именно здесь можно почувствовать истинный дух Швейцарии.

Базовые цены на человека в двухместном номере

Евро 1150 (включая авиаперелет)

Евро 830 (без авиаперелета)

В стоимость включена комиссия агентствам

- Перелет рейсами компании Swiss International Airlines.
- Русскоговорящий гид на маршруте.
- В стоимость включен переезд на поезде (2 класс) Берн – Веггис – Цюрих Аэропорт

Питание

Завтраки (шведский стол)

Гостиницы

Цюрих	2 ночи	Courtyard by Marriott 4*
Берн	2 ночи	Bern 4*
Веггис	3 ночи	Wellness-Hotel Graziella 4*

Программа тура

Первый день. Прибытие в Цюрих

Русскоговорящий гид встречает группу в аэропорту Цюриха. Двухчасовая обзорная экскурсия по городу, посещение делового и торгового центра, Старого города, набережной озера, Липового дворика, панорамной площадки. Экскурсия включает знакомство с основными историческими достопримечательностями Цюриха, историей и современной жизнью города.

Второй день. Цюрих

Экскурсия в Штайн-ам-Райн (средневековый город на границе с Германией, известный старинными зданиями с фресками на фасадах). Остановка у Рейнского водопада – самого большого в Европе (входной билет включен). Возвращение в Цюрих.

Дополнительная экскурсия в государство Лихтенштейн с дегустацией вин. Таинственный город Айнзидельн, загадочная статуя «Черной Мадонны» и целебная вода.

Третий день. Цюрих – Люцерн – Берн

Переезд в Люцерн по панорамному маршруту. Краткая обзорная экскурсия по городу: Часовенный мост, монумент Лев и Ледниковый сад с Зеркальным лабиринтом. (Входные билеты включены.) Переезд в Берн по долине Энтлебух. В Берне двухчасовая экскурсия, в которую включены главные достопримечательности: Кафедральный собор (внешний осмотр), Медвежья яма, Часовая башня, здания правительства и аркады Старого города. Архитектурный ансамбль старого центра Берна внесен в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. Размещение в отеле. Свободное время.

Четвертый день. Берн

Свободный день.

Дополнительная экскурсия в Бернские Альпы. Во время экскурсии знакомство с историей и красотами Бернских Альп, посещение курорта Интерлакен, расположенного в живописной долине между двух озер и горнолыжного курорта Гриндельвальд: возможность увидеть типичные швейцарские шале на фоне высочайших альпийских вершин, укрытых вечными снегами.

Пятый – седьмой дни

Самостоятельный переезд Берн – Веггис на поезде и пароходе по Люцернскому озеру.

Размещение в отеле. Свободные дни для отдыха на озере и знакомства с достопримечательностями курорта. Неограниченное пользование спа-комплексом отеля: саунами, парными банями и джакузи включено в стоимость проживания. (Спа-процедуры – за дополнительную плату по предварительному бронированию.)

Восьмой день. Выезд из Цюриха

Самостоятельный переезд Веггис – Люцерн – Цюрих (аэропорт) на поезде и пароходе с одной пересадкой.



Фотографии: © Switzerland Tourism и Bern Tourismus



Сегодня спрос на отдых на российских курортах в летнем сезоне находится в стадии формирования. Хотя общие тенденции уже очевидны. Как отмечает руководитель отдела компании «Русский Экспресс» Наталья Плахова, курорты Краснодарского края по-прежнему остаются вне конкуренции у любителей пляжного отдыха на территории России. Лидером наступающего сезона, как и в прошлом году, является Анапа – самый знаменитый семейный курорт России. Это самое популярное и удобное место отдыха родителей с детьми. «Детям нужно мелководье, прогретая вода и мел-

кий бархатный песок для того, чтобы подолгу барахтаться в море. Молодежь выбирает Анапу по другой причине. Парк 30-летия Победы в центре Анапы и бульвар Паралия в Витязево – это развлекательные центры, в которых каждый найдет развлечения на свой вкус: дискотеки, рестораны, аттракционы», – рассказывает руководитель направления компании «Астравел» Александр Бешанов.

«Хорошо продается Геленджик – современный, динамично развивающийся курорт. Туапсинский район привлекает экологией: чистой прозрачной водой, горным лесом, вплотную подходящим к кромке моря. Ну а Сочи – столица курортов Краснодарского края», – говорит руководитель департамента компании «Криптон» Екатерина Капустина.

Руководитель отдела компании «Астравел» Светлана Коняшкина отмечает небольшой прирост заказов по Сочи – около 5% по сравнению с прошлым годом. «Стоимость проживания в Большом Сочи по сравнению с прошлым годом изменилась незначительно. Какие-то объекты подняли цены на 5–10%, другие снизили», – рассказывает Светлана Коняшкина. Отдых и лечение в Кавминводах более востребован осенью и весной.

ЧТО ВЫБИРАЮТ ТУРИСТЫ

По оценке руководителя департамента внутреннего туризма компании «НТК Интурист» Дениса Зайцева, на долю пляжного отдыха приходится не менее 60% турпотока. На лечение едут около 10% клиентов компании. Экскурсионный туризм интересен 25% туристов. Активный отдых – 5%. В компании «Русский Экспресс» также отмечают, что первое место по популярности традиционно занимает пляжный отдых. Далее идет лечебно-оздоровительный туризм, на третьем месте – экскурсионные программы. Активные туры, хотя и востребованы у определенной аудитории, пока не являются топовыми. «Нужно подчеркнуть, что санаторно-курортное лечение на курортах Краснодарского края активно развивается. Наличие современной лечебной базы, собственные бюветы с минеральной >>>



<<< Соотношение «цена – качество» для многих российских курортов пока сложно назвать оптимальным. Хотя тенденция к переменам наметилась >>>

**НАТАЛИЯ
ПЛАХОВА**

Руководитель отдела компании
«Русский Экспресс»

Astravel
Отдых на Черном море

Лето 2012

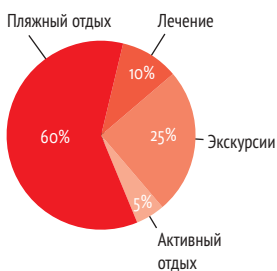
Россия Абхазия Крым

On-Line бронирование

- Гарантированные квоты мест
- Свободный график заездов
- Расширенный ассортимент

Тел.:(495)781-27-00 www.astravel.ru

Отдых на курортах РФ



водой, лечебный средиземноморский и субтропический климат – все это привлекает туристов», – говорит Екатерина Капустина. Среди объектов размещения в первую очередь востребованы здравницы с развитой инфраструктурой, имеющие собственную охраняемую территорию, где есть возможность отдохнуть и прогуляться, чувствуя себя при этом в полной безопасности. Особенно это актуально для семейного отдыха с детьми. «Наши туристы, искушенные в качественном заграничном сервисе и избалованные разнообразием импортных услуг, а главное, отдыхом по системе «все включено», ждут и от родных, российских, гостиниц аналогичных предложений», – говорит Наталия Плахова. Выбор отеля для пляжного отдыха, как правило, определяют следующие факторы: категория гостиницы, наличие питания по системе «все включено», развитая инфраструктура, наличие дополнительных сервисов (услуги няни, детские клубы, развлекательные программы, анимация для взрослых и детей). Важнейшим аргументом в пользу того или иного отеля является его расположение по отношению к морю, расстояние от аэропорта или вокзала, а также от центра курортных развлечений.

КУРОРТНЫЕ СЛОЖНОСТИ

По мнению ведущих операторов, России по-прежнему непросто конкурировать с зарубежными массовыми направлениями, которые предлагают отдых с высоким уровнем сервиса по более выгодным ценам. Соотношение «цена – качество» для многих российских курортов пока сложно назвать оптимальным. «Хотя справедливости ради стоит отметить, что тенденция к переменам наметилась. Постепенно партнеры и отельеры в России становятся более гибкими при решении вопросов стоимости и качества сервиса», – считает Наталия Плахова.

Одной из проблем остается высокий уровень цен на внутреннюю перевозку. Особенно остро этот вопрос стоит в регионах – стоимость перелета в Сочи и обратно иногда в разы превышает стоимость чартерного перелета на европейский или азиатский морской курорт. «Цены на железнодорожные и авиабилеты могут отпугнуть кого угодно: от 12 до 25 тысяч рублей в оба конца. А поездка движется со средней скоростью 40 км в час. Поезд из Екатеринбурга на наш юг, например, идет два с половиной – три дня. Проще сесть в самолет и через 4–5 часов быть в теплых зарубежных странах. Так наши курорты теряют туристов», – говорит Александр Бешанов.

Многие россияне в целях экономии предпочитают отдыхать дикарем, путешествуют по родным просторам на личном автомобиле.

Проблемой в пик летнего сезона может стать перепродажа мест в отелях из-за недостаточной технологичности, да и просто неподготовленности персонала к изменениям, происходящим в самом процессе бронирования размещения и услуг. «Переход на систему онлайн-бронирования требует не только дополнительных финансовых вливаний, но и определенных знаний и навыков у менеджеров отелей. Многие мини-гостиницы на Черноморском побережье просто не готовы к этому. Доверчивые туристы, обратившиеся к непроверенному источнику, могут столкнуться с овербукингом», – считает Наталия Плахова.

«Одной из основных проблем, связанных именно с этим сезоном, стало то, что у нас не было большого объема раннего бронирования предложений по России и СНГ. Есть, конечно, постоянный спрос на те отели, санатории и пансионаты, в которые путевки покупаются заранее. Но как период постоянного потока заявок от туристов и агентств я могу выделить только конец февраля – начало марта. Впрочем, надо помнить, что отдых на курортах России недешев, и о приобретении туров по нашей стране туристы думают в последнюю очередь. К сожалению, в России нет так любимых народом горящих предложений», – говорит начальник отдела турфирмы «Нева» Елена Бородай.

По мнению Дениса Зайцева, все эти проблемы вызваны сложившимися в России экономическими условиями: спецификой налогообложения внутреннего туризма, отсутствием должной господдержки, плохой подготовкой кадров, в частности, в сфере гостиничного и ресторанного обслуживания, недостаточной подготовкой гидов. «Добавим к этому транспортную составляющую – отсутствие нормальных дорог, высокие тарифы на внутренние перелеты, невозможность покупки билетов на поезд раньше, чем за 45 суток, из-за чего теряется глубина продаж для организованных и индивидуальных туристов», – констатирует Денис Зайцев.

По оценке Александра Бешанова, значительную роль играют негативный информационный фон на телевидении и радио по поводу разоряющихся туроператоров, а также отсутствие рекламы внутреннего туризма.

СО ЗНАКОМ «ПЛЮС»

Определенные позитивные изменения на рынке российских курортов есть. Улучшился сервис на вокзалах и в аэропортах, многие аэропор-



РЕЙТИНГ

РОССИЙСКОЕ ЧЕРНОМОРЬЕ

1. Геленджик
2. Анапа
3. Кабардинка
4. Туапсе
5. Джубга

Источник: опрос «ТБ»

ты реконструированы, отремонтированы и радуют путешественников своим внешним видом и современным техническим оснащением. «Например, в Геленджике к сезону 2010 года после многолетней капитальной реконструкции открылся аэропорт, что привело к значительному увеличению турпотока на этот знаменитый курорт. Расширяется аэропорт в Анапе. К сезону 2011 года было возобновлено морское сообщение между Сочи и Абхазией: трансферы выполняются на комфортабельных скоростных катамаранах, оснащенных кондиционерами, с удобными креслами, что позволяет за два часа без пробок добраться до места отдыха», – рассказывает Наталия Плахова. Сами курортные города Западного Кавказа постепенно проводят реконструкцию мест массового отдыха туристов. Сегодня у операторов очень широкий выбор объектов размещения – от мини-гостиниц и баз отдыха до высококлассных четырехзвездных отелей. Открываются на курортах и новые гостиницы международных брендов премиум-класса. Например, «Кемпински Гранд Отель Геленджик» с широкими возможностями для проведения конференций на побережье Черного моря. Год за годом все больше пансионатов и гостиниц организуют питание по типу шведского стола. Некоторые отели переходят на систему «все включено». «Кроме того, хозяева многих пансионатов и отелей становятся более лояльными к нам, операторам. Сейчас уже можно спокойно говорить с ними о рассрочках платежей по контрактам, возможности заезда туристов по более гибкому графику, а не только строго на семь, десять или двенадцать дней, как было лет 5–6 назад», – отмечает Елена Бородай.

ТЕНДЕНЦИИ ЛЕТА

За первый квартал 2012 года туристический поток на курорты России в компании «Русский Экспресс» превысил показатели за аналогичный период 2011 года на 70%. «Это связано, прежде всего, с тем, что наша компания обогатилась специалистами «Авроры Интур», входившей в пятерку крупнейших туроператоров по России. У нас появился второй центр бронирования курортов Краснодарского края – сочинский офис, который после ребрендинга называется «Русский Экспресс – Сочи», – говорит Наталия Плахова. В новом сезоне оператор имеет гарантированные квоты мест на Черноморских курортах Краснодарского края, Крыма и Абхазии. В компании «Криптон» также отмечают, что спрос на курорты Краснодарского края в 2012 году растет. «Цены в объектах размещения Западного

Кавказа остаются на уровне 2011 года либо повышаются в пределах инфляции на 6–7%. Это не может не сказаться на текущих и предстоящих продажах. Продажи на летний сезон только начались, поэтому об итогах пока рано говорить. Но тенденция роста очевидна», – констатирует Екатерина Капустина.

По словам Дениса Зайцева, на внутреннем туррынке до сих пор сказываются отголоски кризиса 2008 года. Тем не менее, эксперт уверен, что пляжный отдых всегда будет оставаться основным в России, так как он доступен людям, имеющим ограничения по выезду за границу. Набирают популярность такие направления, как Байкал, Урал, Приморье, Дальний Восток, Алтай. Но их пока еще можно назвать российской экзотикой. «Технологии в туризме, появившиеся за последнее десятилетие, дают нам возможность легко и быстро обрабатывать все большие потоки заявок. Хотя с 2008 года, самого успешного за последнее время, спрос на отдых на нашем Черном море только падал. Рассчитываем, что этот процесс волнообразный. Сейчас наметился позитивный сдвиг, поэтому мы надеемся, что повышенный интерес вернется в свои рамки уже в 2012 году», – говорит Александр Бешанов.



«Хозяева многих пансионатов и отелей становятся более лояльными к туроператорам. Сейчас можно спокойно говорить с ними о рассрочках платежей по контрактам, возможности заезда туристов по более гибкому графику»

**ЕЛЕНА
БОРОДАЙ**

Начальник отдела компании «Нева»

ЗАБОТА О БЛИЗКИХ ВМЕСТЕ С «ПРОФКУРОРТ»




Приглашая к сотрудничеству, мы предлагаем выгодные условия реализации путевок:

<p>Теперь все что вам нужно это заключить один договор с СКО ФНПР «Профкурорт», который объединяет здравницы в 14 регионах России!</p> <p>Выбор тура, бронирование, подтверждение, выдача путевки, все эти действия производятся за 10 минут, используя любое устройство с выходом в интернет!</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ доступ к on-line бронированию ▪ гарантированные места в здравницах на выгодных условиях ▪ информация о наличии свободных мест в здравницах в режиме реального времени ▪ мгновенное подтверждение заказа ▪ достойное агентское вознаграждение ▪ скидки и бонусы
--	---

ЗАО «СКО ФНПР «ПРОФКУРОРТ» Москва, Болотная, 1В
 Телефон/факс: (495) 664-23-28
www.profkurort.ru; profkurort@profkurort.ru



От Потёмкина до «Крымской Анталы»

Нынешний туристический сезон считается для Крыма юбилейным – крымскому туризму исполняется 225 лет: в 1787 году «туроператор» Григорий Потёмкин провел первый в истории России рекламный тур для своей августейшей покровительницы в только что присоединенную Тавриду. Юбилей очень широко отмечается на полуострове.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

»» **1,2**
млн россиян посетили Крым в 2011 году, количество организованных отдыхающих среди них – менее 10%.

НА ТРЕХ «КИТАХ»

Многие эксперты считают, что толчок для интенсивного развития туризма в Крыму мог быть дан еще несколько лет назад — если бы симферопольский стадион попал в программу проходящего нынешним летом в Польше и на Украине чемпионата Европы по футболу. Но этого, увы, не произошло и лишь недавно власти Крыма приняли Стратегию развития полуострова до 2020 года, где туризм — впервые! — объявлен одной из приоритетных отраслей.

В рамках стратегии принят проект «Поддержки развития туризма в Автономной Республике Крым». Этот проект, который будет реализовываться с 2012 по 2014 год, разработан крымскими специалистами и экспертами Европейского Союза, выделившего 5 млн евро на поддержку реформирования крымских курортов. В ближайшее время будет создан Крымский консультативный совет для координации действий и взаимодействия органов власти с представителями туристического бизнеса. Крымский туризм, как Земля в старинном мифе, стоит на трех «китах». Прежде всего это воз-



<<< Живописное побережье между
Алуштой и Судакком

Аквпарк в Евпатории «Банановая Республика» – крупнейший аквапарк Крыма. Комплекс площадью 40 тысяч квадратных метров одновременно может принять свыше 2,5 тысячи посетителей



вратные гости – на территории всего бывшего СССР живут миллионы людей, которые постоянно ездят и будут ездить в Крым. Во-вторых, удобное географическое положение и богатейшая история «котла народов». Наконец, уникальные природные условия для отдыха и лечения. Сегодня в Крыму 560 здравниц (из них 170 – государственных), 556 пляжей (самая большая их концентрация на всем черноморском побережье, 219 – бесплатные), около 4 тысяч гостиниц, 12 дельфинариев, 7 аквапарков, свыше 1200 объектов историко-культурного наследия.

В прошлом году Крым посетило более 6 млн туристов. Из них 1,2 млн россиян – самый высокий показатель среди иностранных гостей. Организованных отдыхающих среди них пока очень немного – менее 10%.

Впервые в нынешнем году Министерством курортов и туризма Крыма были определены приоритетные с точки зрения сотрудничества регионы России. Это Москва, Санкт-Петербург (как столицы), Ростов-на-Дону, Краснодар (соседи), Белгород, Курск, Тула (соседи по трассе Москва – Симферополь), Екатеринбург, Новосибирск и Тюмень (прочные – по Транссибу – транспортные связи). В этих городах пройдут «Дни Крыма». Маркетинговая логика очевидна и понятна. Но

почему тогда в список приоритетных регионов не попал Орёл, лежащий между Тулой и Курском? В последние два года отношение центральных властей Украины к Крыму вообще и к крымскому туризму в частности значительно изменилось в лучшую сторону, и это настраивает на оптимистический лад. В конце апреля нынешнего года вступило в силу Соглашение между кабинетом министров Украины и правительством Российской Федерации об упрощенном порядке пересечения российско-украинской границы жителями приграничных регионов.

Введение в действие этого соглашения, по самым скромным подсчетам, позволит увеличить турпоток из приграничных регионов России в Крым, особенно из Краснодарского края и Ростовской области, как минимум на 20–25%. Кроме того, в нынешнем году Украинские железные дороги вводят дополнительные прямые поезда, которые свяжут Крым с 25 городами РФ – от Смоленска и Тамбова до Новосибирска и Лабитнанги.

ТРАНСПОРТ БУДЕТ

«Метеоры», электромобили, рельсовый автобус – предстоящий туристический сезон в Крыму обещает немало транспортных новинок. С 1 июня >>>



НОВИНКА СЕЗОНА

>>> Сафари-парк «Тайган» площадью 32 га в Белогорском районе открылся 21 апреля 2012 года.



« В Крым едут все, от хиппи до миллионеров. Большинство наших клиентов составляют семьи с детьми, молодежь и люди, сохранившие теплые воспоминания о советском периоде крымских курортов. Радует, что отсутствие возможности выехать в дальнее зарубежье уже не является аргументом при выборе черноморских курортов »»

СЕРГЕЙ ПОЛУЯНОВ

Заместитель директора компании «Криптон»

между Керчью и Анапой, как в былые времена, дважды в день будет курсировать теплоход на подводных крыльях типа «Метеор».

Не одно поколение отдыхающих жаловалось на плохое транспортное сообщение на Южном берегу Крыма — недостаточное количество автобусов, переполненные маршрутки и т. д. Нынешним летом на территории Большой Ялты — от Гурзуфа до Фороса — начнут работать специальные электромобили-такси, причем курсировать они будут не только в черте города, но и на горных трассах. Такие машины способны на заряженной батарее проезжать 80–100 километров, для них по всей территории Большой Ялты инвесторами уже строится сеть заправок — электропитающих станций. «Электромобили не только для Южного берега, но и для всего Крыма — это абсолютно реальная перспектива, которая способна значительно улучшить транспортную инфраструктуру полуострова», — считает вице-премьер крымского правительства Азиз Абдуллаев. При поддержке Евросоюза там же, в Большой Ялте — с учетом опыта и ошибок других стран — будет реализован большой проект развития велосипедного туризма. Уже маркируются веломаршруты, возле популярных туристических объектов создаются велопарковки с видеонаблюдением (договоры с дворцами-музеями уже подписаны), организуются велосервисы — чтобы, посещая Ялту, люди могли брать велосипеды напрокат и самостоятельно осматривать главные достопримечательности Южного берега. В нынешнем году в Крыму появится ранее неизвестный вид транспорта — работающий на тепловой тяге скоростной рельсовый автобус на 100 человек. Он построен в Польше и приобретен за

счет Приднепровской железной дороги и крымского бюджета. Первая линия будет пущена там, где железнодорожная инфраструктура явно недостаточна, — на линии Джанкой — Феодосия — Керчь. Но вот куда будет доставлять отдыхающих растущая транспортная сеть?

КУДА Ж НАМ ПЛЫТЬ?

Министр курортов и туризма Крыма Александр Лиев накануне сезона заявил, что на территории Крыма работают 244 санатория, которые имеют медицинские лицензии. «За 100 из них мне как министру стыдно. Но есть 50 объектов, которыми я горжусь. В них за 35–50 долларов в сутки можно получить полный комплекс услуг: проживание в прекрасном номере, пятиразовое питание по системе «шведская линия», полноценную функциональную диагностику, медицинские процедуры, ручной массаж».

Но что делать с остальными? По мнению министра, есть четыре направления, по которым должна происходить радикальная перестройка крымского туризма. Первое — изменения институциональные: сегодняшнее украинское законодательство в значительно меньшей степени стимулирует развитие туризма, чем российское. Второе — изменения ментальные, иначе сервисные — психологические, не в последнюю очередь в силу постсоветского менталитета, крымское население не готово обслуживать приезжих гостей на уровне, принятом в развитых в отношении туризма странах. Только в процессе подготовки к нынешнему сезону и в рамках принятого проекта уже подготовлено 3 тысячи специалистов нового поколения.

Третье направление — изменения инфраструктурные, куда входят и строительство новых гостиниц, и реконструкция старых, и постепенная ликвидация пресловутого «недостроя», уродующего облик красивейших мест полуострова. Характерно, что российско-украинская комиссия, которая должна заниматься выяснением прав собственности на тот или иной незавершенный объект, — а таких российских объектов в Крыму 32 — не собиралась уже много лет. «Вечной» остается и проблема вывоза и переработки мусора — за последние четверть века в Крыму не построено ни одного мусорного полигона, 140 из 556 крымских пляжей по этому показателю считаются проблемными. Наконец, четвертое направление — проведение масштабных маркетинговых исследований, которые позволят четко определить, кто именно, зачем и когда стремится приехать в Крым, что именно может предложить им туристическая администрация полуострова помимо традиционных «матрасинга» и «экскурсионки».

туроператор ОТДЫХ СО ВКУСОМ
КРИПТОН
БЕЛАРУСЬ
КРАСНОДАРСКИЙ
КРАЙ
КРЫМ
 20 лет в туризме
АБХАЗИЯ
КАВМИНВОДЫ
 www.kryptontour.ru
 (495) 22 55 2 77



«« Дельфинарий в Евпатории – крупнейший на территории бывшего СССР

ЛВЫ ПРИБЫЛИ, СЛОНЫ ОЖИДАЮТСЯ

В 2012 году в Крыму начнут работать более сорока новых туристических маршрутов и программ. По словам крымского министра курортов и туризма, главной новинкой сезона станет сафари-парк «Тайган» площадью 32 га, созданный в Белогорском районе в лесостепном предгорье, в межгорной долине Главной и Внутренней гряд Крымских гор — он открылся 21 апреля.

Коллекция «Тайгана» сегодня насчитывает около 1,5 тысячи животных и птиц, среди которых 54 льва и единственная пока на Украине пара жирафов. Для наблюдения за львами в естественной среде обитания в парке уже проложено свыше одного километра мостков. В ближайшее время в сафари-парке появятся слоны.

Опыт создания вполне цивилизованных условий для братьев наших меньших в Крыму имеется: достаточно вспомнить новый ялтинский зоопарк рядом с Поляной сказок в Ялте и парк птиц рядом с Чатыр-Дагом. Однако финансовые и туристические потоки отнюдь не отменяют вполне резонных вопросов. Куда денутся львы и жирафы в низкий и холодный сезон в местности, климат которой мало отличается от климата российской средней полосы? Впрочем, время для ответов еще есть.

АНТАЛЬЯ В ЮГО-ЗАПАДНОМ КРЫМУ

Курортный сезон в нынешнем году открылся в Крыму необычайно рано — в конце апреля — и ознаменовался открытием в Евпатории самого

большого дельфинария на территории бывшего СССР. Евпатория в туристическом отношении в последние годы развивается весьма интенсивно — уже в нынешнем году столица юго-западного Крыма вышла в финал конкурса «Европейская награда за выдающиеся достижения в возрождении приморских городов Best Practice Award». Программа «Возрождение приморских городов Европы», в рамках которой проводится конкурс, создана по инициативе Ассоциации местного самоуправления Великобритании и Конгресса местных и региональных властей Европы. Она направлена на изучение и распространение передового опыта в сфере местного самоуправления. Евпатория представила проект развития туристической отрасли в городе в целом, и в частности — уникальный туристский маршрут «Малый Иерусалим», совсем недавно включенный ЮНЕСКО в десятку рекомендованных для посещения туристами.

Не случайно именно близ Евпатории после завершения футбольного чемпионата Европы начнется реализация туристического проекта, который обещает стать одним из крупнейших на Украине. Речь идет о создании с помощью турецких инвесторов большого курортного города, своего рода «крымской Анталии» на морском побережье между Евпаторией и Саками. «Спасибо мэру Евпатории Даниленко, — сказал в одном из интервью Александр Лиев, — благодаря ему эта девственная полоса берега не была «распилена» между многочисленными нуворишами. И Ялта, я уверен, со временем окажется в проигрыше по сравнению с этим туристическим городом будущего». **Тб**

КРЫМ В ЦИФРАХ

560 здравниц

556 пляжей

4 тысячи гостиниц

12 дельфинариев

7 аквапарков

1200 культурно-исторических объектов



ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

Курорт Ясна в Низких Татрах, »»
отель Grand Jasna



Словакия – дышим глубже, идем в гору

Туристический слоган Словацкой республики – Little Big Country – «маленькая большая страна». По российским меркам она действительно невелика, по площади – 48 тысяч квадратных километров – равна Смоленской области.



« Мы уверены, что обеспечивающие качественное лечение, но недорогие по европейским меркам словацкие санатории в ближайшие годы существенно увеличат турпоток из России »»

**ЛЮБИЦА
АЛУШИЦОВА**

Директор представительства Словацкого управления по туризму в России

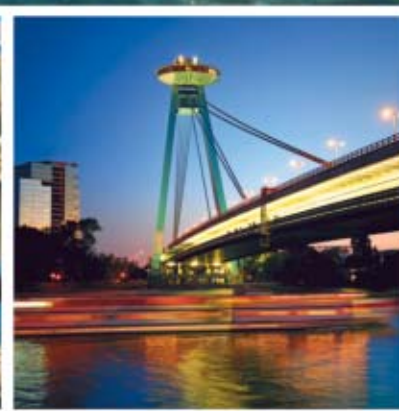
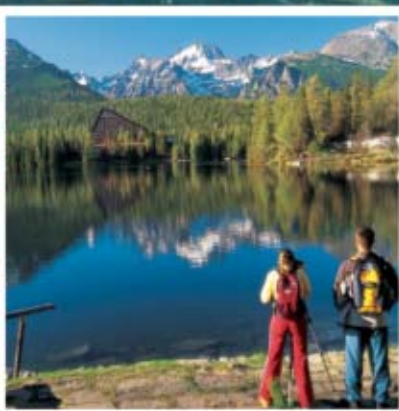
Сегодня в Словакии 3600 отелей и пансионатов. Если четыре года назад здесь была только одна пятизвездная гостиница, сегодня их уже семь. Особое место занимают исторические гостиницы – в недавно образованную ассоциацию входят 12 отелей.

«В конце прошлого года нашим парламентом был согласован, принят и вступил в силу Закон о туризме. Это главная новость словацкого туристического рынка, – рассказывает Любика Алушицова, директор представительства Словацкого управления по туризму в России. – Кроме того, в прошлом же году департамент туризма перешел из ведения министерства экономики в министерство транспорта, путей сообщения и регионального развития. Такой переход для нас очень выгоден, потому что деньги Евросоюза выделяются именно по этой линии, и само развитие регионов напрямую связано с развитием туризма: выделяются деньги на строительство новых объектов инфраструктуры, идет реконструкция старинных зданий. Мы продолжим активно способствовать дальнейшему продвижению словацкого турпродукта на российском рынке, в представительстве будут регулярно проходить презентации новинок, мы участвуем в выставках МИТТ и Отдых. Кроме того, будет организовано пять пресс-туров».

ПРИВЫЧНО ДЛЯ РОССИЯН

В минувшем году на 70% вырос интерес российских туристов к летнему отдыху в Словакии, причем не только у взрослых: те, кто занимается детским отдыхом, впервые приняли детей из России уже в июне. Самый крупный совместный российско-словацкий проект связан с отправкой на лечебные курорты Словакии (Бардейов, Пьештяни, Смордаки, Лучивну, Дудинце, Лучки) сотрудников ОАО «РЖД» и организаций, возникших на базе бывшего РАО ЕЭС.

Скорее всего, эта тенденция сохранится в нынешнем году. Объясняют ее словацкие эксперты тем, что российские туристы все чаще предпочитают отдыхать не в тропиках, а в привычной для себя обстановке: в лесу (леса занимают до 70% территории Словакии), на берегах горных озер или в аквапарках, стоящих на термальных источниках. В Словакии более 40 рекреационных комплексов с термальными бассейнами, режим работы большинства из них – круглогодичный. Самые известные и популярные комплексы с целебными термальными источниками – аквапарк «Татраландия» в городе Липтовски-Миклаш и спа-аквапарк в Турчанске-Теплице, термальные парки в Бешенева, Оравице (Высокие) »»



...небольшая страна
больших **ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

У нас не соскучишься!



Настоящий проект осуществляется при финансовой поддержке Европейского фонда регионального развития (ERDF)



ОБЪЕКТЫ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА ЮНЕСКО НА ТЕРРИТОРИИ СЛОВАКИИ

Исторический центр города
Банска-Штявница

Спишский Град, город
Левоча и относящиеся к ним
памятники

Деревня Влколинец

Исторический центр города
Бардейов

Пещеры Аггтелека и
Словацкого Карста

Девственные буковые леса
Карпат

Деревянные церкви
Словацких Карпат

РЕСПУБЛИКА СЛОВАКИЯ



и Низкие Татры), Подгайске (юг Словакии), термал-центр Галанте («Галандия»). Центр «Аквасити» в Попраде четвертый год подряд удостоивается звания лучшего в Центральной Европе. Еще один крупный аквапарк будет построен в юго-восточной Словакии на недавно открытых термальных источниках.

Словакия славится своими горнолыжными курортами — в стране работает около ста горнолыжных центров (из них 30 — с возможностью проведения международных соревнований), более тысячи подъемников и 36 канатных дорог. Из горнолыжных курортов наиболее известны Штрбске-Плесо, Татранска-Ломница, Подбанске и Смоковцы (Высокие Татры), Ясна и Доновалы (Низкие Татры). По прогнозам, в нынешнем году на горнолыжных курортах, в частности, в Демановской долине — ожидается прирост турпотока. Не в последнюю очередь — за счет роста популярности фестивалей фольклорной и поп-музыки, которые проводятся прямо рядом с горнолыжными трассами. Многие туристы приезжают на горнолыжные курорты специально ради них.

В летнее время горнолыжные курорты предлагают широкий выбор активных программ — туристические трассы с универсальной системой обозначения образуют единую сеть длиной более 14 тысяч километров. Низкие Татры предлагают конные прогулки, пешие походы по главному гребню хребта, протянувшемуся почти на 100 километров, проложено свыше 5 тысяч километров велосипедных трасс.

Особенно привлекателен для любителей активного отдыха тематический велосипедный маршрут «Тропа икон», связывающий занесенные в список Всемирного наследия ЮНЕСКО деревянные церкви в Карпатах. Растет спрос на экскурсионные программы по историческим городам Словакии, а также по словацким замкам, многие из которых буквально поднимаются из руин. Наиболее популярен отдых в Словакии у туристов из Чехии. На втором месте в общем объеме турпотока — немцы, особенно бывшие жители ГДР. Далее следуют другие страны-соседи — Польша, Венгрия, Украина — именно она впереди по динамике роста турпото-

ка. Россия — на восьмом месте, но у туристов из других стран — в отличие от россиян — во время экономического кризиса был чувствительный спад.

ГОРЫ И «МОРЕ»

Семинар «Словацкий курорт-2012: здоровье — неотъемлемая часть экономики» состоялся в Москве. В мероприятии принял участие посол Словацкой Республики в РФ Йозеф Мигаши. Как отметила Любича Алушицова, впервые за много лет в Москве высадился столь серьезный «десант», представляющий почти полтора десятка лечебных учреждений страны. Некоторые из них, например, санаторий «Пьештяни», Бардеевский санаторий, в котором отдыхали когда-то австро-венгерские императоры, санаторий в Бойнице, лежащий у подножия знаменитого замка, давно известны на российском рынке. Другие, как санаторий в Нимнице — самый молодой в Словакии, — только ищут места на нем. «Некоторые утверждают, что в Словакии нет моря, — отметил на семинаре представитель санатория «Дудинце». — Это ошибка: море — с горячей минеральной водой — в Словакии есть, только находится оно под землей. И позволяет лечить широкий спектр заболеваний опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистой системы и органов дыхания. Известно оно с XIII века, а некоторые санатории так или иначе существуют уже в течение нескольких веков. Сегодня среди тех, кто приезжает к нам лечиться, — не более 10% россиян. Но ситуация в ближайшее время должна измениться». Способствовать притоку российских туристов должны и соглашения, подписанные в конце марта. Одно из них — о создании российско-словацкой гостинично-курортной ассоциации — подписали словацкое объединение «Гидротур» и ВО «Зарубежкурорт». Два соглашения о долгосрочном сотрудничестве заключили представители Российского профессионального союза железнодорожников и транспортных строителей и словацкие здравницы «Раецке-Теплице» и «Турчанске-Теплице».

Тб



>>> Не все браки, заключенные за рубежом, признаются законными в России. Официальные церемонии можно провести в 81 стране – участнице Гаагской конвенции.

Свадьба по путевке

Свадебный туризм – перспективное направление деятельности для операторов и беспроблемный вариант для туристов

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

Свадебная туриндустрия активно развивается. Причина проста – людям хочется, чтобы столь значимое событие в их жизни прошло необычно, ярко, оригинально и запомнилось на всю жизнь. Туристический рынок пестрит предложениями – жениху и невесте нужно только

решить, в какой обстановке они хотят сказать друг другу «да»: на белоснежном пляже, в красивом отеле, старинном замке, живописном парке. А, может быть, под водой или верхом на слоне? Дело вкуса. Plusом является возможность совместить свадьбу с медовым месяцем. Свадебные туры за границей идеально >>>



»»» Недельный тур с официальной церемонией в Доминикане стоит от 200 тысяч рублей, с символической регистрацией – от 150 тысяч.

подойдут тем, кто не хочет устраивать пышных торжеств, а мечтает уединиться с любимым человеком. Свадьба за границей – удовольствие не из дешевых. По словам менеджера отдела маркетинга компании «Континенталь АГ» Виктории Голота, недельный тур с официальной церемонией в Доминикане стоит от 200 тысяч рублей, с символической регистрацией – от 150 тысяч. «Несмотря на высокую стоимость, чаще всего россияне заказывают официальные церемонии – люди хотят в полной мере ощутить торжественность момента, испытать больше эмоций», – поясняет Виктория Голота. По ее словам, наибольшим спросом у наших соотечественников пользуются Доминиканская Республика, Куба, Маврикий, Сейшельские острова и Чехия. Если говорить о символических церемониях, то список можно дополнить Мальдивами и Таиландом. Также востребованы Греция, Кипр – страны, до которых можно легко и быстро добраться. Если жених и невеста планируют официальную регистрацию за границей, то базовый турпакет обычно включает перелет, трансферы, проживание в отеле, оформление визы и необходимых документов, а также организацию самой церемонии.

МАЛЬДИВЫ – В СЕРДЦЕ ОКЕАНА

Организовать свадьбу можно практически на любом острове Мальдивского архипелага. Самое благоприятное время – период с декабря по апрель. Наибольшей популярностью пользуются свадебные церемонии на уединенном диком пляже, где никто и ничто не помешает жениху и невесте произнести клятву верности и любви. Специально для мероприятия на пляже будет установлен алтарь, возле которого влюбленные обменяются кольцами. После свадьбы молодоженов будет ждать романтический ужин или прогулка на яхте. Чтобы в полной мере ощутить дух Мальдивских островов, жених с невестой могут заказать для церемонии национальные мальдивские наряды и доехать до острова на традиционной лодке – дони. Свадебная церемония на Мальдивах не признается в России официальной, поэтому паре вручается символический свадебный сертификат.

На Сейшельских островах проводятся как символические, так и официальные свадебные церемонии. Вторым вариантом возможен на островах Маэ, Праслин и Ла Диг в гостиницах, с понедельника по пятницу (кроме праздничных дней) с 14.00 до 17.00 по местному времени. Если пара хочет пожениться на острове Альфонс или любом другом острове, то придется оплатить регистратору транспортные расходы. Места проведения символической свадьбы стандартны для островов – чаще всего церемонии проходят на белоснежном пляже. В качестве дополнения влюбленным предлагают совершить романтическую прогулку на лошадях вдоль океана. Востребованы также свадьбы на яхте или на территории отеля. Те, кто хотят, чтобы их свадьба была оригинальной, могут устроить торжество в креольском стиле, с соблюдением местных обрядов: красиво украшенная пирамица доставит невесту к ожидающему ее на берегу океана жениху.

СЕЙШЕЛЫ – РАЙ ДЛЯ ДВОИХ

Документ из пальмовых листьев

ДОКУМЕНТ ИЗ ПАЛЬМОВЫХ ЛИСТЬЕВ

Один из самых необычных и интересных вариантов – проведение национальной свадебной церемонии. Брахман – балийский священник – благословит любовный союз и совершит обряд венчания. После этого молодоженам вручат свидетельство, написанное на пальмовых листьях, которое на балийском языке называется «лонтар». Кроме того, в программе праздника – выступление профессиональных танцовщиц и романтический ужин.

Любители экстрима по достоинству оценят свадьбу на Бали в сафари-парке: влюбленные смогут не только доехать до павильона с алтарем на слоне, но и пожениться, сидя на нем.

Для россиян, желающих провести свадьбу на Бали, церемония на острове будет иметь исключительно символический характер.

«Официальные бракосочетания на Бали возможны только в Джакарте по специальному разрешению. Поэтому наибольшим спросом пользуются символические свадебные церемонии. На подготовку не нужно много времени, но, как правило, туры на Бали (медовый месяц и церемония) заказываются заранее. Это позволяет учесть все пожелания жениха и невесты», – рассказывает Надежда Сартова, старший специалист отдела Юго-Восточной Азии компании «Квинта-Тур».

ХОРВАТИЯ

отличный выбор

хорватия



охота/рыбалка



рафтинг/дайвинг



водный спорт



агротуризм



яхтинг



интересные экскурсии



теннис



www.croatia.hr

Национальный туристический офис Республики Хорватии
Россия, 123610, Москва, Краснопресненская наб., 12,
подъезд 6, офис 1502

Тел. (7-495) 258-15-07.

Факс (7-495)258-15-93.

E-mail: HTZMOSKVA@mail.ru

ХОРВАТИЯ



»» По данным компании UTS Prague, около 40% молодоженов едут в путешествие вдвоем, иногда берут с собой близких родственников и друзей (15–20 человек), очень редко количество гостей составляет 60–80 человек.

НА РОДИНЕ БОГИНИ ЛЮБВИ

Разнообразием мест для проведения официальной свадебной церемонии на Кипре останутся довольны даже самые взыскательные женихи и невесты. К тому же на острове есть русская православная церковь, поэтому официальное бракосочетание может быть дополнено венчанием.

Расположенный на юге острова город Лимасол привлекает гостей своими историческими и культурными памятниками. В городке Пафос среди античных развалин, сосновых и кедровых рощ, виноградников и садов влюбленные смогут почувствовать себя настоящими греческими богами. В Айя-Напе также проводятся свадебные церемонии. Город пленяет своей красотой – на его территории находится крошечная рыбацкая пристань, ветряные мельницы, а в самом центре – старинный монастырь.

Не стоит забывать и о прекрасном местечке у подножия скалы Петра Ту Ромиу – именно здесь, по преданию, родилась богиня любви Афродита. «Это место пользуется неизменной популярностью, здесь молодые люди клянутся друг другу в любви и загадывают желания», – подтверждает генеральный директор компании My Way Tour Елена Моторина. По ее словам, каждая пара выбирает для себя оптимальный вариант – это может быть романтическая свадьба на пляже, официальная регистрация в муниципалитете или в отеле.

Если жених и невеста хотят почувствовать себя героями любимого фильма или книги, то для них организуют свадьбу «по сценарию». «Нужно ориентировать клиентов, чтобы они начинали подготовку за месяц до официальной церемонии», – рассказывает Елена Моторина. – Кроме того, важно учитывать, что жених и невеста должны прилететь на Кипр за 3 рабочих дня до бракосочетания и оставаться на острове не менее 2–3 дней после церемонии, чтобы оформить все необходимые документы».

ТАИЛАНД – МИР ЭКЗОТИКИ

Оригинальный вариант бракосочетания – подводная свадьба, которая проводится в провинции Транг. На глубине 12 метров жених и невеста могут обменяться кольцами и даже подписать свидетельство о браке. Еще одна необычная свадьба – на слоне. Кстати, по замыслу представителей Управления по туризму и администрации тайской провинции Сурин, проведение свадебных церемоний верхом на слонах (каждое 14 февраля в «Слоновой деревне» провинции Сурин) будет содействовать развитию туризма в этом регионе. Свадьба в тайском стиле запомнится молодоженам множеством красивых обрядов – монах благословляет жениха и невесту по всем канонам буддизма. Но, задумывая провести свадьбу в Таиланде, влюбленные должны помнить, что это только красивый ритуал.

ОЧАРОВАНИЕ СТАРОЙ ЕВРОПЫ

Чехия – одна из самых популярных европейских стран с точки зрения свадебного туризма. На территории республики много романтических мест – около 200 средневековых крепостей, замков и старых ратуш. Влюбленные россияне, желающие обвенчаться, могут это сделать в чешских православных соборах, одним из которых является собор Святых Кирилла и Мефодия в Праге. «В Чехии наиболее популярна церемония в Ратуше на Староместской площади, а также в Муниципальном дворце и в замках», – рассказывает Галина Скобельчихина, заместитель генерального директора по продвижению туристического продукта «Веди Тур Групп». – Чаще всего туристы отдают предпочтение весенним и летним месяцам. В Чехии проводятся как официальные, так и символические свадьбы. По словам представителя компании UTS Prague Дмитрия Иващенко, за последние 3–5 лет количество россиян, организующих свадебную церемонию в Праге, увеличилось в среднем на 50%. По мнению Галины Скобельчихиной, наиболее востребованы официальные свадебные церемонии, но растет спрос и на символические.

Тб



Семейный туроператор MyWayTour

Кипр
Болгария
ОАЭ



- Лучшие отели курортов
- Аренда апартаментов и вилл
- Индивидуальный подход к клиентам

Туристическая компания «MyWayTour»
www.muwaytour.ru
(495) 668-07-90, (495) 785-77-90



«« Архитектурный ансамбль Севильи в неомавританском стиле. В нем расположены мэрия и музейные учреждения

Испанское притяжение

В этом сезоне Испания обещает вновь подтвердить статус одного из самых популярных направлений выездного туризма россиян

В марте 2012 года генеральным консульством Испании в Москве было выдано 38 тысяч виз – почти на 30% больше, чем в марте 2011 года.

В январе-феврале количество выданных виз превысило 43 тысячи (+43%). Позитивные тенденции отмечают и ведущие московские операторы. В Испанию едут поклонники пляжного отдыха, активного, лечебного и познавательного туризма. Первые месяцы 2012 года показали устойчивый рост турпотока. Всего, по предварительным оценкам, в этом году Испанию посетят более миллиона российских туристов.

«Уровень спроса соответствует нашим ожиданиям: в апреле в рамках акции раннего бронирования мы отметили рост объемов продаж более чем на 30% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года», – говорит руководитель PR-службы компании TUI Russia Наталья Новикова.

Ситуация с авиаперевозкой в этом году выглядит весьма сбалансированной. По мнению коммерческого директора компании «Вам Тур» Александра Демина, если провозные емкости увеличатся не более чем на 20–30% по сравнению с прошлым годом, это будет нормально. Все больше туристов едет в Испанию в бизнес-поездки и инсентив-туры. «Деловой туризм раздвигает рам-

ки туристического сезона в Испании. На март, апрель, май, октябрь и ноябрь приходится наибольшее число встреч – 60%. Бизнес-сегмент в среднем приносит в пять раз больший доход, чем обычный туризм во время отпусков», – сообщает отдел туризма посольства Испании.

ЛИДЕРЫ СПРОСА

Для любителей европейского пляжного отдыха Испания – одно из самых востребованных направлений. Как отмечает коммерческий директор компании «Время Тур» Неля Огурцова, наибольшим спросом в этом сезоне пользуются курорты валенсийского побережья Коста-Бланка. «Коста-Бланка – это не только популярный курорт Бенидорм, но и городки Кальпе, Вилья-Хойоса, Гандия. Это протяженные песчаные пляжи, лучшие климатические условия на всем побережье Испании», – рассказывает Неля Огурцова. Оператор предлагает здесь апартаменты и отели как для спокойного семейного отдыха, так и в «тусовочных» местах, где 24 часа в сутки работают диско-бары, проходят ночные шоу и спектакли. Можно отправиться на экскурсии в Валенсию, Аликанте, Гуадалест, Альтею. Высоким спросом в компании «Вам Тур» пользуется >>>

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

ДИНАМИКА РОСТА ТУРПОТОКА В ИСПАНИЮ ИЗ РФ В 2011 ГОДУ





МИР ПРИКЛЮЧЕНИЙ

»»» Коста-Бланка славится своими тематическими парками. Это «Терра Митика» – парк аттракционов, «Терра Натура» и «Аква Натура» – огромный зоопарк с редкими и экзотическими животными всего мира, «Мундомар» – зоопарк морских животных, «Акваландия» – самый крупный аквапарк в Европе.

отдых на Тенерифе. Налицо явное увеличение интереса к этому направлению. Рост популярности ощущался уже зимой. Набирает обороты Мальорка и, конечно, любимые всеми Коста-Дорада и Коста-Брава. По сравнению с прошлым сезоном все больший интерес у туристов вызывают комбинированные и индивидуальные программы, например, два дня в Мадриде или Барселоне, а затем отдых на Тенерифе, или одна неделя в экскурсионном туре, а вторая – отдых на море. Как отмечает Наталья Новикова, этим летом особое внимание оператор уделит формированию турпродукта на курортах острова Мальорка, на этом направлении ожидается 50%-ный рост объемов продаж. «Вылеты выполняются три раза в неделю. Поэтому у клиентов широкий выбор продолжительности отдыха на острове – от 7 дней до 21 дня. Сейчас продажи идут очень активно, опережая прошлогодние темпы», – говорит Наталья Новикова. Повышенным спросом пользуется эксклюзивное предложение отелей на севере Мальорки: Viva Cala Mesquida Club, Viva Cala Mesquida Park, Viva Cala Mesquida Resort. Кроме традиционных курортов материковой и островной Испании, особое внимание TUI уделяет Ивисе. Оператор уже второй сезон предлагает туры на этот остров

на базе прямого перелета. Этот турпродукт ориентирован на семейный отдых, в противовес и в дополнение к распространенному мнению о том, что Ивиса – курорт для молодежи. «Около 38% отелей TUI на Ивисе – своего рода эксклюзив. Остров пользуется большой популярностью у российских туристов. Зафиксирована хорошая глубина продаж на предстоящий сезон, активность клиентов такова, что в некоторых популярных отелях свободных мест уже нет. Это несомненное подтверждение стремительного завоевания Ивисы россиянами», – считает Наталья Новикова.

В этом сезоне значительно возрос интерес к комбинированным поездкам. «Сама Испания и не предполагает другого варианта. Попасть в эту страну и провести все время на пляже? Согласитесь, это нереально. Такой богатой истории и необычной архитектуры вы не найдете нигде. Причем запросы к нам поступают самые разнообразные: Испания плюс Португалия, неделя в Барселоне, неделя на Коста-Дораде, Франция плюс Испания. Неизменным спросом пользуются наши социальные туры с отдыхом на Тенерифе. Эти программы рассчитаны на людей пожилого возраста, которым предоставляются скидки на турпакеты», – говорит Александр Демин.

Серьезные и бережливые

В настоящее время Испания занимает четвертое место среди зарубежных государств, куда отправляются отдыхать российские туристы. Потенциал выездного рынка в России оценивается в 45 млн человек, поэтому испанцы рассматривают нашу страну как приоритетный туррынок. Такое заявление сделал на встрече с журналистами в Москве посол Испании в РФ Хуан Антонио Марк.

В 2011 году Испанию посетили 918,5 тысячи россиян – на 44,6% больше, чем годом ранее. Согласно прогнозам, по результатам текущего года эта цифра увеличится еще на 20–25%. «А в случае отмены визового режима российский турпоток в Испанию может вырасти до 2 млн человек в год», – отметил руководитель отдела туризма посольства Испании в Москве Феликс де Паса Гарсиа.

«Затянувшийся экономический кризис привел к необходимости проведения реформ, в том числе в туристической. В част-

ности, произошли изменения в трудовом законодательстве, усовершенствован процесс выдачи виз. В стране модернизируются отели, идет работа по продвижению туристического бренда на зарубежных рынках и привлечению новых туристов», – рассказала генеральный секретарь по туризму Испании

Исабель Мария Боррего Корте. «Нам нужно укреплять имидж серьезного туристического направления и при этом бережно относиться к рекламному бюджету», – добавила она.

В текущем году особое внимание будет уделено продвижению Испании в социальных сетях. Акцент делается на рекламу индивидуальных поездок без посредничества туроператоров (среди россиян таких путешественников-индивидуалов уже около 30%) и продвижение туризма, связанного с приобретением в стране недвижимости.

В наступающем сезоне заметно вырастет количество прямых рейсов из России на курорты Испании, в том числе в аэропорты городов Валенсия, Альмерия, Лас-Пальмас.



»»» Более **1** миллиона российских туристов посетят Испанию в 2012 году. По сравнению с 2011 годом турпоток вырастет на 20–25%.

НОВИНКИ ОПЕРАТОРОВ

В этом сезоне компания «Время Тур» предлагает отдых на побережьях Коста-Бланка, Коста-Дорада, Коста-Брава, Канарских и Балеарских островах. Оператор делает особый акцент на побережье Коста-Калида (Мурсия). Здесь широкий выбор спа-отелей, подходящих для спокойного семейного отдыха, целебные грязи.

«Мы возобновляем программы на Коста-дель-Соль – незаслуженно забытое российскими туристами побережье. Андалусия – это лучшие пятизвездные отели, разнообразие пляжей. В регионе расположены такие туристические жемчужины, как Гранада, Севилья, Кордова, Ронда, Михас, Малага. Андалусия – это отдых для людей всех возрастных и социальных групп», – говорит Неля Огурцова. Кроме того, компания расширяет программы экскурсионных туров. Сейчас в каталоге оператора около тридцати туров по Испании, а также комбинированные программы с посещением Португалии, Франции, Италии, Андорры. Новинки сезона – тур «Старая Кастилия» по центральной части Испании (Мадрид, Авила, Паленсия, Вальядолид); двухнедельный тур по Галисии, комбинированный тур с мини-круизом «Жемчужина Средиземноморья», тур по Андалусии. У компании широкий выбор круизов из Барселоны и Малаги.

«Вам Тур» предлагает россиянам посетить новый великолепный валенсийский курорт Марина-Д'Ор (побережье Коста-дель-Асаар). Это идеальное место для отдыха семей с детьми, он подойдет даже тем клиентам, которые привыкли отдыхать в Турции и Египте. Отели курорта работают по европейской системе «все включено» – в стоимость проживания входят все местные напитки на завтрак и ужин. Туристы могут выбрать различные варианты размещения: гостиницы 3–5*, апартаменты. Апартаменты расположены на первой линии, все они имеют две спальни и предлагают проживание как с питанием, так и без него. Кроме того, на курорте работает самый крупный в Европе бальнеоцентр, специалисты которого имеют право давать медицинские заключения. Есть прекрасный спа-парк с

каскадом бассейнов, бурлящих и кипящих водопадов, настоящим аквадомом.

Для маленьких и любознательных гостей на курорте работают пять развлекательных парков, рассчитанных на все возрастные группы. Для дошкольников в Марине-Д'Ор предусмотрен детский сад с хорошей анимацией, малышей можно оставлять под присмотром персонала на целый день.

Туроператор TUI подготовил отличное предложение для туристов с детьми. Детский клуб «Тукан» рассчитан на детей двух возрастных групп: от 4 до 9 лет и от 9 до 13 лет. С утра до вечера юные гости находятся под присмотром квалифицированных русскоговорящих аниматоров, которые предложат им массу веселых и познавательных игр, конкурсов. Это предложение действует в отелях Sirenis Cala Llonga 3* (Ивиса), Mediterranean Village 4* (Коста-Дорада, Салоу) и Barcelo Ponent Playa 3* (Мальорка). Для тех, кто обожает активный отдых с водными развлечениями, TUI подготовил настоящий подарок – TUI Splash World. Это уникальная концепция отелей, отдыхая в которых, вы имеете неограниченные возможности свободного посещения аквапарка. Splash World работает в отелях Marconfort El Greco 3* на Ивисе и Paradise Lago Taurito 3* на Гран-Канарии.

ПРОГНОЗЫ СЕЗОНА

По оценкам специалистов компании «Вам Тур», поток туристов на испанском направлении вырос этой весной на 25%. Этому способствовала популяризация отдыха на Тенерифе и появление новых для оператора направлений – Мадрида и Марина-Д'Ор. «Наибольшее увеличение объема продаж (на 45%) в этом году запланировано по Мальорке. На курортах материковой Испании (Коста-Брава и Коста-Дорада) продажи вырастут на 30%», – говорит Наталья Новикова.

Эксперты TUI также прогнозируют рост российского турпотока в Испанию на 20–25%. По общим оценкам туроператоров, Испанию в этом году посетят более миллиона российских туристов.

Тб



«Мы возобновляем программы на Коста-дель-Соль – незаслуженно забытое российскими туристами побережье. Андалусия – это лучшие пятизвездные отели, разнообразие пляжей, отдых для людей всех возрастных и социальных групп» >>

**НЕЛЯ
ОГУРЦОВА**

Коммерческий директор компании «Время Тур»



**ТУРОПЕРАТОР
V.A.M. TOUR**

НОВИНКИ ЛЕТНЕГО СЕЗОНА:

NEW Новый курорт в Валенсии -
MARINA D'OR

NEW ЧЕХИЯ
Экскурсионные
и лечебные туры

- ✦ Престижный отдых на Канарских островах круглый год.
- ✦ Экономичный и престижный отдых на Коста Брава, Коста Дорада, Марина Д'ОР в Валенсии, Коста дель Соль.

- ✦ Отдых на Балеарских островах - Майорка, Ибиза.
- ✦ Экскурсионные туры из Барселоны и Мадрида.
- ✦ Корпоративные туры.
- ✦ Собственные чартерные рейсы.
- ✦ Визовая поддержка.

Москва, пл. Тверская застава, 3, офис 325;
Тел.: (495) 221-76-99; www.vam-tour.ru

V.A.M. TOUR ОТДЫХАТЬ КРАСИВО - ЛЕГКО!



Мальта – ступени к прекрасному

Мальта была и остается популярным туристическим направлением у россиян. К услугам гостей архипелага – пляжный, экскурсионный, образовательный, событийный, культурный и другие виды туризма.

ТЕКСТ СВЕТЛАНА ФУНТУСОВА

ВКУС И ЦВЕТ

Мальтийские вина славятся по всему миру своим освежающим приятным и легким вкусом. Они неоднократно получали престижные награды на фестивалях во Франции, Италии и Великобритании, поэтому одним из значимых событий на Мальте считается ежегодный праздник Delicata Wine Festival. В 2012 году он пройдет с 9 по 12 августа в садах Аппер Барракка в Валлетте, а его продолжение – с 31 августа по 2 сентября в деревне Надур на острове Гоцо.

В далеком 1907 году Эдуардо Деликата основал свою винодельню. С тех пор уже четвертое поколение его семьи успешно развивает винодельческий бизнес. Под патронажем этой винодельни и проходит знаменитое мероприятие с дегустацией вина и развлечениями. Фестиваль приурочен к сбору урожая винограда на Мальте. Это отличная возможность попробовать молодые вина урожая текущего года. Традиционно праздник начинается с винной регаты: свежесобранный виноград торжественно доставляют с прибрежных виноградников на дробилки.

На фестивале можно продегустировать свыше двух десятков сортов вин, попробовать оригинальные закуски и поучаствовать в обширной тематической программе. Даже людям, которые не очень любят вино, праздник покажется интересным. Его атмосфера никого не оставит равнодушным. На входе посетителям необходимо приобрести стакан, в который будут наливать вино – его можно пробовать, сколько захочешь.

ЗВУКИ ОСТРОВА

В июне на Мальте нужно посетить традиционный праздник фольклора и земледелия – Имнарья, который открывает летний сезон танцами под открытым небом, песнями, скачками на лошадях и ослах. Раньше, когда праздник проходил в Мдине – бывшей мальтийской столице – весь город освещался кострами, поэтому он получил такое название (от Luminaria – освещение). Сегодня фестиваль проходит в садах Бускетт, недалеко от Рабата. В этот день в храмах проводятся специальные службы, поскольку начало фестиваля совпадает с празднованием дня святых апостолов Петра и Павла. В течение года на Мальте проходит множество музыкальных фестивалей. Пожалуй, один из самых заметных – «Остров MTV». За прошедшие пять лет у мероприятия сложилась репутация самого большого бесплатного концерта под открытым небом в Европе. По планам организаторов, шестой праздник станет еще более грандиозным и соберет около 50 тысяч любителей музыки. В 2012 году фестиваль пройдет 26 июня во Флориане. Хэдлайнером станет Will.i.am – солист группы Black Eyed Peas. Телеканал MTV сделает съемку концерта, через две недели его покажут по телевидению.

Прекрасная возможность для погружения в мальтийский культурный колорит – Фестиваль искусства, который пройдет с 1 по 30 июля. В его рамках состоятся музыкальные и танцевальные представления, театральные постановки, выставки изобразительного искусства.

»»» В ежегодном рейтинге качества обслуживания аэропортовых служб ACI Airport Service Quality аэропорт Мальты признан лучшим по уровню сервиса для пассажиров.



МУЗЕЙ И ПАРАД

>>> В апреле 2012 года открылась новая расширенная экспозиция в одном из лучших музеев Мальты – Национальном военном музее. Он расположен в историческом форте Св. Эльмо и посвящен Второй мировой войне. Это история, рассказанная с помощью интересных артефактов, фильмов, памятных вещей. Музей отлично продуман с архитектурной точки зрения. Здесь есть аутентичные подземные туннели и галереи, где можно узнать, как мальтийцы пережидали воздушные налеты. Каждое утро в десять часов проходит церемония смены караула. Более 20 раз в году в форте проходит костюмированный парад времен рыцарской эпохи – «Ингвардия».

КАЧЕСТВО ОТДЫХА

Европейский совет безопасности дорожного движения обнародовал статистику ДТП в городах Европы в 2011 году. Самым безопасным городом признана столица Мальты – Валлетта. Здесь, как и во всей стране, за год не зафиксировано ни одного трагического случая на дорогах. Валлетта также признана самым безопасным городом Старого Света с точки зрения криминогенной обстановки. За период с 2007 по 2009 год в столи-

це Мальты не было зарегистрировано ни одного случая убийства или покушения на убийство.

Согласно отчету, опубликованному европейским Агентством по охране окружающей среды, наибольшее число лучших пляжей в Европе расположено на Кипре, Мальте, в Хорватии и Греции. Как пишет EUobserver, сравнивая качество воды на 21 тысяче пляжей в 30 странах Европы, наиболее высокую отметку экспертов получили Хорватия (97,3% чистых пляжей), Мальта (95,4%), Греция (94,2%) и Ирландия (90,1%).

Тб

Наслаждайтесь. Вы на Мальте. Великолепное сочетание культуры, приключений и отдыха. Солнечное утро, беззаботный полдень и первоклассная ночная жизнь. Моменты наслаждения, которые останутся с Вами навсегда.

airmalta.com Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

МАЛЬТИЙСКИЙ КЛУБ

<p>ICS TRAVEL GROUP «ДОБРЫНИНСКАЯ» 748-48-47 (ин.) www.icstravel.ru</p>	<p>МЕЛИТА ТУРС «АРБАТСКАЯ» 411-8032, 857-4719 www.maltratour.ru</p>	<p>ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС-МФ «НАГАТИНСКАЯ» 961-2725 www.travel-express.ru</p>
<p>ВАНД ИНТЕРНЭШЛ ТУР «ТВЕРСКАЯ» 795-3661 www.vand.ru</p>	<p>НЕВА «ТАГАНСКАЯ» 799-8444, 796-8448 www.nevatravel.ru</p>	<p>ТРИС-Т «МАЯКОВСКАЯ» 739-2552 www.tris-t.ru</p>
<p>ДИАЛОГ «КРАСНОПРОСНЕНСКАЯ» 730-2022 (ин.) www.maltaresort.ru</p>	<p>СОЛВЕКС-ТРЭВЭЛ «КРОПОТКИНСКАЯ» 856-1418 www.solvet.ru</p>	<p>ТРЭВЕЛМАРТ «ТАГАНСКАЯ» 935-8336, 935-8515 www.mymalta.ru</p>
<p>ИНСАЙТ-ЛИНГВА «НОВОСЛОБОДСКАЯ» 795-0622 www.l.ru</p>	<p>СТБ ТУРС «СМОЛЕНСКАЯ» 838-5333 www.sibtours.ru</p>	<p>ТУРБЮРО МОСКВА «КРОПОТКИНСКАЯ» 510-5510 (ин.) www.tbmos.ru</p>
<p>КОНСОЛ «ЧИСТЫЕ ПРУДЫ» 860-8112, 860-8113 www.konsol.ru</p>	<p>Сокровенная тайна Средиземноморья www.visitmalta.com</p>	<p>УЛЬТРАТУР «ТУРГЕНЕВСКАЯ» 937-4828, 625-8171 www.ultratour.ru</p>



В гости к чаморро

МАРИАНСКИЙ АРХИПЕЛАГ – ПЕРВОЗДАННЫЙ ТРОПИЧЕСКИЙ РАЙ

С 15 января 2012 года у россиян появилась еще одно экзотическое безвизовое направление для турпоездок. Департамент госбезопасности США принял решение предоставить туристам из России безвизовый доступ на Гуам, самый большой остров Марианского архипелага. Власти и туриндустрия Гуама добивались этого более двух лет.

ТЕКСТ
ТАТЬЯНА БЕЛОНОЖКИНА

Для безвизового въезда на территорию Марианских островов россиянам нужен загранпаспорт, действительный в течение 6 месяцев после поездки, и обратный авиабилет с фиксированной датой. Срок пребывания не должен превышать 45 дней.

«Наши острова Сайпан, Тиниан и Рота можно описывать долго, – отмечает директор министерства туризма Северных Марианских островов Перри Джон П. Тенорио, – но самое главное – на них сохранилась неповторимая экзотическая атмосфера тропического рая, которую с каждым годом становится все сложнее отыскать на нашей планете».

ОЖЕРЕЛЬЕ ИЗ ЖЕМЧУЖИН

Самый большой (23 км в длину и 8 км в ширину) остров Содружества Марианских островов –

Сайпан. Отели, магазины, рестораны, бары и ночные клубы сосредоточены в туристическом центре острова – Гарапане. Белые песчаные пляжи и тихие изумрудные лагуны уживаются здесь с известными во всем мире хард-рок кафе и магазинами дьюти-фри. Сайпан был ареной напряженных боев во время войны на Тихом океане. До сих пор, как на самом острове, так и на морском дне, можно увидеть обломки самолетов, танков и кораблей, что весьма интересно для дайверов, любителей интересных рэков.

На соседнем острове Тиниан можно попытаться удачи за игорными столами Tinian Dynasty Hotel & Casino, увидеть руины гигантского древнего дома, служившего местом больших собраний и резиденцией Тага Великого – легендарного вождя древних чаморро. Теплая солнечная погода круглый год делает остров самым желанным местом



«Городской» пляж Гарапана «Микро-Бич» считается одним из лучших на Марианских островах. Здесь созданы все условия для виндсерфинга, сноркелинга, дайвинга и проведения пикников

Загадочными мегалитическими сооружениями Рота напоминает остров Пасхи



ГЛАВНЫЕ МАРИАНСКИЕ ОСТРОВА



для любителей пляжного отдыха. Глядя на умиротворяющие картины этого рая с морскими гейзерами и суровыми утесами, трудно вообразить, что именно отсюда взлетали бомбардировщики, чтобы сбросить атомные бомбы на Хиросиму и Нагасаки.

Историческое название острова Рота – Лута. Этот маленький остров, который только сейчас начинает выходить из тени своих «старших» собратьев, местные жители нежно зовут жемчужиной. На Роте стараются развивать экологический туризм. Здесь нет светофоров и торговых центров, но есть все необходимое для туристов с претензиями: отель Rota Resort & Country Club с первоклассным гольф-клубом, отель Coconut Village, бунгало которого расположены прямо у моря.

МЕЧТА ПО ИМЕНИ ГУАМ

Остров Гуам – ближайшая к Азии тихоокеанская территория, принадлежащая США. Здесь представлены все достижения современной цивилизации, созданы комфортные условия размещения, которые туристы со всего мира стремятся найти на тропических курортах. По словам директора по туризму Гуама Джона Натхана Де Найта, за прошлый год остров посетили почти 1,2 млн человек, в том числе 632 россиянина. Первое место по туристической активности занимают японцы и граждане Республики Корея.

Ночная жизнь Гуама насыщена культурно-развлекательными мероприятиями как в самобытном стиле, так и вполне в современном духе. Океан вокруг – это открытая спортивная площадка для любителей плавания, виндсерфинга, кайтсерфинга, дайвинга и других водных развлечений. В водах Гуама покоятся затонувшие корабли, которые не дают покоя подводным исследователям и путешественникам.

Сенатор Роуз Муна Барнес отмечает, что дикие песчаные пляжи, лагуны с коралловыми рифами и пестрыми тропическими рыбами делают Марианские острова поистине райским местом, которое раз в жизни должен посетить каждый человек.

ВСЛЕД ЗА «НАУТИЛУСОМ»

6 марта 2012 года знаменитый Джеймс Камерон в рамках подготовки к исследованию Марианской впадины совершил погружение в разлом Новая Британия на глубину 8 км. Его давняя страсть к морским глубинам сегодня проявилась в новом проекте Deepsea Challenge – погружение в Марианскую впадину на специальном аппарате. До сих пор на дне Марианской впадины побывали только два человека – Дон Уолш и Жак Пикар, которые совершили погружение на глубину 10,9 км на батискафе в январе 1960 года. Специально для этого проекта был сконструирован аппарат, рассчитанный на одного пилота, которым и стал Джеймс Камерон.

Тб

По чаморрским поверьям, самым прославленным из древних вождей этого народа был легендарный Тага. Он славился не только своей мудростью и отвагой, но и необычайной силой и гигантским ростом – как минимум 10 футов. На снимке – памятник вождю Тага на Роте.

Остров Тиниан знаменит не только своим огромным казино-отелем, но и заброшенным аэродромом, где в специальных ямах ждали своего часа бомбы, сброшенные на Хиросиму и Нагасаки. На восточном берегу острова туристов привлекает морской гейзер, приводимый в действие энергией волн.

Круги на воде

ТРЕХКРАТНОЕ СНИЖЕНИЕ ЦЕН НА КРУИЗЫ



**МАКСИМ
РАДИОНОВСКИЙ**

Генеральный директор компании «Бриз Лайн»

Волна событий, произошедших этой зимой в круизном бизнесе, догнала рынок. Появились парадоксально низкие тарифы на морские круизы. Все круизные компании снижают цены, причем очень сильно – такого не было даже в период кризиса 2008 года и в 2001 году, после терактов в Нью-Йорке. Экономический кризис в Европе вносит свою лепту в инверсию цен. Продажи круизов в странах Старого Света пострадали даже сильнее, чем в других частях мира.

С момента образования круизных компаний в начале 1950-х годов цены на морские путешествия всегда были выше, чем цены на аналогичный по классу отдых на земле. Круизы никогда не считались бюджетным продуктом. Но теперь круизный отдых заметно подешевел, что может привести к перераспределению на нашем рынке предпочтений первичных туристов. При ценах от 50 долларов или 40 евро в день в круизах, при их великолепном сервисе и полном пансионе, даже самые настороженные и скептически настроенные клиенты будут задумываться, куда им поехать. Что нужно сделать агентам, чтобы не упустить великолепную возможность заработать на круизах в столь благоприятной для туристов ситуации?

Прежде всего, необходимо оповестить своих проверенных круизных туристов о снижении цен. Те, кто уже бывал в круизах, не могут не отреагировать на трехкратное уменьшение стоимости. Просто позвоните своим клиентам. Они будут благодарны вам.

Для привлечения первичных клиентов необходимо использовать наглядные сравнительные таблицы цен, где можно доказать как дважды два, что отдых на круизном лайнере в три раза дешевле, чем в любой европейской гостинице аналогичного класса. При этом цены на круизы опубликованы в долларах, а на борту практически все включено в стоимость, в том числе питание. Такую табличку можно в присутствии клиента нарисовать на бумаге или показать на мониторе компьютера, показывая, например, что в Италии пятизвездный отель на берегу стоит в определенный период 250 евро на человека за ночь с завтраком, в Испании – 200 евро, а на пятизвездном круизном лайнере ночь на борту стоит от 50 долларов на человека, и это при круглосуточном питании и бесплатном пользовании всей инфраструктурой судна.

Не кладите в дальний угол наши каталоги. В них можно увидеть великолепные фотографии лайнеров, разрезы палуб, интерьеры кают и ресторанов, казино и

бассейнов. Повесьте на видном месте большие плакаты с круизными лайнерами и напишите рядом спецпредложения – от 50 долларов в день в круизе на пятизвездном лайнере по Европе этим летом.

Везде, где размещаете свою рекламу – в прессе, на сайте, на радио и ТВ, акцентируйте внимание на уникальной возможности сэкономить на европейском круизе в этом году. Наши покупатели очень хорошо реагируют на слово «скидка». В этом году вы можете смело писать: «Скидка – 70%».

Действительно, при обычных ценах за 13-дневный круиз по Европе от 3000 долларов на человека, в этом году ваш клиент заплатит 800 долларов. И это не рекламный трюк, а ваше предложение, от которого будет трудно отказаться. Начните свое предложение именно с этой скидки – «70% – только для вас».

Для стимуляции спроса в этом году мы вводим разовые акции по повышению комиссии для всех агентов, которые продают морские круизы вместе с нами. На отдельные маршруты по Европе мы вводим дополнительную бонусную комиссию в дополнение к базовой ставке. Увеличение составит не один, а пять процентов. Действие таких предложений, как правило, будет ограничено во времени. Следите за нашими рассылками по почте, за нашими объявлениями в прессе.

ДЕЛАЕМ ВЫВОДЫ

1. Круизный отдых заметно подешевел, что может привести к перераспределению на нашем рынке предпочтений первичных туристов.
2. Агентствам необходимо оповестить своих проверенных клиентов о снижении цен – они не могут не отреагировать на трехкратное уменьшение стоимости.
3. Для привлечения первичных клиентов необходимо использовать наглядные сравнительные таблицы цен. Туристы сами увидят, что сейчас отдых на круизном лайнере стоит в три раза дешевле, чем в любой европейской гостинице аналогичного класса.
4. Наши покупатели очень хорошо реагируют на слово «скидка». В этом году вы можете смело писать: «Скидка – 70%».
5. Для стимуляции спроса мы вводим разовые акции по повышению комиссии для всех агентов. На отдельные маршруты по Европе вводим дополнительную бонусную комиссию в дополнение к базовой ставке. Увеличение составит не один, а пять процентов.

»» До **70%** могут сэкономить туристы, которые отправятся в этом году в круиз по Европе.

PRINCESS CRUISES – НАШИ НОВЫЕ ЦЕНЫ!

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ PRINCESS CRUISES И CUNARD LINE В РОССИИ И СНГ



КРУИЗЫ ОТ БРИЗА

7 ИЗ 10 ЛЮБИТЕЛЕЙ КРУИЗОВ
В РОССИИ ПРЕДПОЧИТАЮТ
ПУТЕШЕСТВОВАТЬ С НАМИ



\$ 799
23.999 руб

ЛАЙНЕР RUBY / SLOW PRINCESS 5* LUX **Большое Средиземноморье 13 дней**

11 и 29 ИЮНЯ, 10 АВГУСТА, 09 СЕНТЯБРЯ
РУССКАЯ ГРУППА + НАШ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ
17 и 29 ИЮЛЯ, 16 АВГУСТА, 15 СЕНТЯБРЯ
ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ ВО ВСЕХ КРУИЗАХ
BARCELONA – НИЦЦА / MONTE-CARLO – ПИЗА / ФЛОРЕНЦИЯ – РИМ – НЕАПОЛЬ / ПОМПЕИ –
О. МИКОНОС (ГРЕЦИЯ) – СТАМБУЛ – ЭФЕС (ТУРЦИЯ) – АФИНЫ – ВЕНЕЦИЯ (2 ДНЯ)



\$ 1499
45.999 руб

ЛАЙНЕР CARIBBEAN PRINCESS 5* LUX **Британские острова 13 дней**

01 и 13 АВГУСТА – ПАРАД ВОЕННЫХ ОРКЕСТРОВ
РУССКИЕ ГРУППЫ + ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ
LONDON (АНГЛИЯ) – Д. ГЕРНСИ (АНГЛИЯ) – КОРК (ИРЛАНДИЯ) –
ДУБЛИН – ЛИВЕРПУЛ – БЕЛФАСТ (СЕВ. ИРЛАНДИЯ) –
ГЛАЗГО / ЭДИНБУРГ (ШОТЛАНДИЯ) – ЛОХ-НЕСС – ПАРНК – ЛОНДОН (АНГЛИЯ)



\$ 999
29.999 руб

ЛАЙНЕР CARIBBEAN PRINCESS 5* LUX **Исландия и Норвежские фьорды 13 дней**

20 ИЮЛЯ – РУССКАЯ ГРУППА + ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ
LONDON (АНГЛИЯ) – БЕРГЕН (НОРВЕГИЯ) – ОЛЬДЕН –
КЕЛЛЕСАЛЬ / ГЕЙРАНГЕР – ОЛЕСУН (НОРВЕГИЯ) –
АКЮБЕРГ (ИСЛАНДИЯ) – РЕЙКЯВИК – ЛОНДОН (АНГЛИЯ)



\$ 1895
56.999 руб

ЛАЙНЕР QUEEN MARY-2 5(S)* LUX **Норвежские фьорды с королевой из Гамбурга 11 дней**

15 ИЮЛЯ, 12 АВГУСТА
РУССКИЕ ГРУППЫ + ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
ГАМБУРГ (ГЕРМАНИЯ) – БЕРГЕН (НОРВЕГИЯ) – ТРОНХЕЙМ – ХОЛМЕСВЭГ –
ТРОМСЕ – ОЛЕСУН (НОРВЕГИЯ) – ГАМБУРГ (ГЕРМАНИЯ)



\$ 1499
44.999 руб

ЛАЙНЕР DIAMOND PRINCESS 5* LUX **Азиатские жемчужины 17 дней**

25 ОКТЯБРЯ, 10 НОЯБРЯ – НАШ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ
РУССКИЕ ГРУППЫ + ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
ПЕКИН (КИТАЙ) – ПУСАН (Ю. КОРЕЯ) – НАГАСАКИ (ЯПОНИЯ) – ШАНХАЙ (КИТАЙ) –
ГОНКОНГ – НЬИ-ЧАНГ (ВЬЕТНАМ) – ХОИМЬИН (ВЬЕТНАМ) – СИНГАПУР – БАНГУОК



\$ 1699
50.999 руб

ЛАЙНЕР DIAMOND PRINCESS 5* LUX **Австралия и Н.Зеландия 15 дней**

24 ОКТЯБРЯ, 06 и 30 НОЯБРЯ, 28 ДЕКАБРЯ – НОВОГОДНИЙ
КРУИЗ + ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
СИДНЕЙ (АВСТРАЛИЯ) – О. ТАСМАНИЯ – МЕЛЬБУРН (АВСТРАЛИЯ) –
НАЛТАРК-ФЬОРДОВ – ДАНИДИН (Н.ЗЕЛАНДИЯ) – КРАЙСТЧЕРЧ – ПИКТОН –
ВЕЛЛИНГТОН – ТАУРАНГА – ОКЛЕНД (Н.ЗЕЛАНДИЯ)



ЦЕНЫ ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫ НА МОМЕНТ СДАЧИ В ПЕЧАТЬ

РУССКОЯЗЫЧНЫЕ ГРУППЫ | ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ | ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ



WWW.BREEZE.RU
(495) 926-99-40

КРУИЗНАЯ КОМПАНИЯ BREEZE LINE – ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ КРУИЗНЫХ КОМПАНИЙ

Мореходка набирает менеджеров

В чем заключается специфика работы с круизным турпродуктом, с какими проблемами чаще всего сталкиваются российские агентства и что мешает им начать продавать морские круизы? Эти вопросы не отличаются новизной, но ответы на них по-прежнему волнуют многих сотрудников турфирм. В заочном семинаре «ТБ» принимают участие ведущие специалисты столичных компаний, специализирующихся на этом виде отдыха.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ



ИЛЬЯ МИЛИЦКИЙ

Заместитель директора компании «Бриз Лайн»



МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

Руководитель круизного департамента компании Ras Group



ЕЛЕНА КАРМАНОВА

Директор по PR и маркетингу компании «Виа Марис»



ОЛЬГА КИЛИМНИК

Генеральный директор компании «Метрополис Круиз»

ИЛЬЯ МИЛИЦКИЙ

«Основная трудность агентств при продаже круизов – заблуждение, что их сложно продавать. «Ленивый и нелюбопытный» менеджер – вот корень проблемы»

1 В чем специфика работы с круизным турпродуктом?

ИЛЬЯ МИЛИЦКИЙ

Многие агенты считают круизы сложным продуктом и боятся с ним связываться. Это и есть их основная проблема. На самом деле любой турпродукт требует внимания от менеджера, круизы – не исключение. Круизный тур состоит из тех же составляющих, что и любой наземный тур: проживание на лайнере или в отеле, перелеты, трансферы, экскурсии, визы и страховка. Отличие только в том, что «плавающий отель» не стоит на месте, а перемещается из одного города в другой во время отдыха. Так как лайнер может посетить несколько стран, нужно проявить немного больше внимательности при оформлении виз. Также следует обратить внимание на более жесткие, чем у отелей, условия аннуляции тура.

Морские круизы являются, бесспорно, наиболее удобным для клиента способом увидеть несколько стран в одном туре. Гораздо комфортнее путешествовать по миру, не собирая и раскладывая вещи каждые два-три дня, как это бывает при наземных путешествиях, а передвигаясь между городами

и странами в огромном «плавучем отеле», который работает по системе «круглосуточно все включено». При этом цены на круизы зачастую более экономичны по сравнению с аналогичным наземным туром.

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

Специфика работы с круизным турпродуктом состоит в том, что в этом сегменте отдыха есть возможность заинтересовать практически любого клиента. Необходимо только умение преподнести этот уникальный продукт с нужной стороны.

ЕЛЕНА КАРМАНОВА

Прежде всего, сам продукт сильно отличается от привычного наземного отдыха – по формированию цены, по структуре путешествия, по разнообразию лайнеров и прочему. У туриста возникает много вопросов, и агенты зачастую просто не в состоянии дать ответы на них. А изучать новый продукт многим из них просто лень. Намного сложнее в круизах визовый вопрос, вызывающий страхи у агентов, которые еще не вникли в специфику круизных продаж. И самое главное: круизный турист чаще всего не хочет приобретать пакетный тур. Разумеется, если только мы не говорим о самых экономичных



вариантах. Во всех остальных случаях клиент, платя приличные деньги за отдых, высказывает дополнительные пожелания относительно авиакомпании, которой он предпочитает лететь, дополнительных дней проживания на берегу до или после круиза. Агенты, которые еще вплотную не занимаются круизными продажами, не хотят вникать в процесс конструирования тура под клиента. Особенно в регионах. Им хочется получить готовый продукт и «втиснуть» клиента в эти заранее заданные пакетные рамки. А зря. Дополнительные услуги приносят дополнительные доходы и формируют лояльность туриста.

ОЛГА КИЛИМНИК

В первую очередь круиз – это морское путешествие с заходами в порты разных стран или без них. Это главное, что должен уяснить для себя турагент и суметь донести до туриста. Из главного вытекает следующее: для путешествия по воде требуется плавсредство, то есть «плавающая гостиница». Она может быть абсолютно самодостаточна. Как плавучий остров, снабженный всеми атрибутами берегового курорта. В этом случае регион плавания, а также береговые достопримечательности отходят на второй план – основная круизная жизнь проходит на борту такого судна. В классических морских круизах на первый план выходит маршрут плавания и к судну предъявляются дополнительные требования: лайнер должен быть средних либо малых размеров, чтобы иметь возможность зайти в любые, даже небольшие порты, чтобы сделать путешествие более углубленным и не ограничиваться «заезженными» морскими путями.

Кроме того, такие суда позволяют в полной мере насладиться красотами морского путешествия и сохранить уникальную составляющую круизов – диалог между человеком и морем. Круизы на «плавающих островах» выбирают, как правило, круизеры-новички, чаще всего из соображений престижа. Классические морские круизы предпочитают настоящие путешественники, с высоким уровнем образования и повышенной жадой познаний, впечатлений.

Кроме того, такие суда позволяют в полной мере насладиться красотами морского путешествия и сохранить уникальную составляющую круизов – диалог между человеком и морем. Круизы на «плавающих островах» выбирают, как правило, круизеры-новички, чаще всего из соображений престижа. Классические морские круизы предпочитают настоящие путешественники, с высоким уровнем образования и повышенной жадой познаний, впечатлений.

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

« Большинство агентств выжидают момент, когда турист сам начнет спрашивать круизы в массовом порядке. Только надо понимать, что уровень конкуренции на розничном рынке тоже будет несравнимо выше >>>

ЕЛЕНА КАРМАНОВА

«Агенты, особенно в регионах, часто не хотят вникать в процесс конструирования тура под клиента. Им хочется получить готовый продукт и «втиснуть» клиента в эти заранее заданные пакетные рамки. А зря. Дополнительные услуги приносят дополнительные доходы и формируют лояльность туриста»

»» В **80%** случаев агенты говорят: нашему туристу экскурсии не нужны, или: клиент будет приобретать их на борту.

2 Чем круиз отличается от массовых или эксклюзивных наземных направлений?

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

Круизный турпродукт для россиян отличается от других направлений своей новизной. В этом кроются великолепные возможности для компаний, которые первыми увидят все преимущества продукта и начнут с ним работу. Каковы они? Во-первых, удобство. Надо только один раз распаковать чемоданы, несмотря на насыщенный маршрут. Во-вторых, комфорт. На лайнерах – первоклассный уровень сервиса и инфраструктура, которой позавидуют самые передовые отели. В-третьих, разнообразие. Можно посетить несколько стран за одно путешествие. В круизе туристы найдут веселье или уединение, спорт и спа, бары и казино. В-четвертых, круизы – это отдых на любой кошелек: в зависимости от типа каюты цена на один и тот же круиз может отличаться в три раза. В-пятых, круизы интересны широкой целевой аудитории: семьям с детьми, молодежи, путешественникам почтенного возраста, приверженцам экскурсионного или пляжного отдыха, молодоженам, юбилярам, корпоративным клиентам.

ОЛЬГА КИЛИМНИК

Если перечислить все ожидания и пожелания клиента, то наземный отдых, как бы хорош и эксклюзивен он ни был, может удовлетворить только часть из них. Лишь круизы совмещают в себе все, даже самые противоречивые мечты: это одновременно динамичный и расслабляющий, познавательный и романтичный, тусовочный и уединенный, веселый и респектабельный отдых. Продолжать можно до бесконечности.

3 С какими проблемами чаще всего сталкиваются агентства, продающие круизы?

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

Я бы не сказал, что существуют какие-то регулярные сложности в нашей работе с агентами по круизам. Единственная трудность – проблема выбора из огромного числа маршрутов и лайнеров. Здесь мы помогаем субъективными советами и удобными поисковыми системами.

ОЛЬГА КИЛИМНИК

Типичная, основная ошибка продающего агента заключается в непонимании того, кому какие круизы следует предлагать, а также в неумении оценить

потребителя и выявить его потребности. Турагент должен хорошо знать и уметь объяснить туристу все составляющие многогранного круизного турпродукта. Часто агент прилагает большие усилия для изучения судна, его структуры и сервиса, но не вдается в такие детали, как питание, развлечения, коммуникации теплохода, познавательные и экскурсионные программы. Нередко туристы не подозревают, что в ряде случаев им необходимо знание иностранного языка, чтобы в полной мере воспользоваться всеми составляющими круизного отдыха.

4 Внешние факторы за последнее время оказали влияние на рынок морских круизов?

ИЛЬЯ МИЛИТИЦКИЙ

Как показывает практика, природные катаклизмы и финансовые потрясения не оказывают большого влияния на российский рынок морских круизов. Нужно что-то очень глобальное, чтобы напугать наших туристов. Последним событием, которое реально повлияло на спрос, можно считать экономический кризис 2008–2009 годов.

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

Пожалуй, можно выделить финансовый кризис 2008 года. Однако кризис – это не только период сложностей, но и прекрасный момент для реализации новых возможностей. И круизные компании использовали его для привлечения новых туристов к этому виду отдыха за счет доступных предложений, окончательно разведав миф о дороговизне морских путешествий. В то время как в 2009 году на всех направлениях наблюдалось снижение объемов продаж, в нашей компании было зафиксировано увеличение числа круизных туристов на 30%, оборота – на 11%.

ЕЛЕНА КАРМАНОВА

Скорее экономические факторы и факторы стратегического планирования повлияли на ценообразование: расценки были весьма низкими. Все остальное находилось в традиционных рамках. Мы сильно зависим от погоды. Во избежание накладок с задержкой авиарейса настоятельно рекомендуем лететь в порт посадки за день до начала круиза. Лайнер опоздавших не ждет, догонять его придется за свой счет. Бывают случаи, когда по погодным условиям капитан принимает решение не заходить в тот или иной порт, предусмотренный в маршруте круиза. Очень трудно бывает объяснить клиенту, что такое решение обычно принимается по соображениям его же собственной безопасности.

5 Приведите примеры типичных ошибок, допускаемых агентствами при продаже морских круизов. Как их избежать?

ИЛЬЯ МИЛИТИЦКИЙ

Основная трудность агентств при продаже круизов – заблуждение, что их сложно продавать. Но таких все же меньшинство. Что касается ошибок, то, прежде дарят они за это редко, а нарекания по поводу плохой каюты (по расположению) или по поводу отсутствия экскурсий вполне могут возникнуть. Еще одна частая ошибка – привлечение клиентов дополнительными скидками из своей комиссии. Также отметим игнорирование агентствами дополнительных услуг, таких как отели до или после круиза, экскурсии. Наконец, неправильное позиционирование круизного отдыха. Это не «все включено», как в Турции, хотя в круизе действительно все включено, кроме спиртного. Круиз – это познавательный и интеллектуальный отдых.

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

Понятия «русская группа», «русскоязычный сервис» отличаются у разных туроператоров и круизных компаний. Необходимо четко информировать пассажиров о наборе услуг, предоставляемых на родном языке. У нас, например, всегда единый стандарт «русской группы»: наш представитель на борту, инфострелки, экскурсии во всех портах, ТВ-канал в каюте, меню в основном ресторане, программы дня и другая важная информация.

ЕЛЕНА КАРМАНОВА

Первая ошибка – это нежелание формировать тур по индивидуальному заказу. Ее можно избежать, только борясь с собственной ленью и страхами. Вторая ошибка – незнание продукта и нежелание его изучать. Почему-то агенты считают, что достаточно прослушать пару лекций о круизах, чтобы стать экспертом в этом сегменте туристической индустрии. А это далеко не так. Нужно изучить массу тонкостей – причем круизных компаний много, каждая имеет свою специфику. Мы уже три года обучаем жаждущих стать профессионалами в нашей области на интерактивных заочных курсах. Изучение продукта одной круизной компании может занять около полугода. И это – при еженедельном изучении очередной порции материалов, сдаче тестов и экзаменов, которые вновь и вновь заставляют перечитать и переосмыслить пройденный материал. Жаль только, что таких жаждущих знаний людей – единицы, по сравнению с общей массой турагентов в нашей необъятной стране. Наконец, очень часто мы

сталкиваемся с ситуациями, когда агент не доносит до туриста ту информацию, которую получает от наших менеджеров. Причина все та же: нежелание нагружать себя дополнительной работой. Приведу пример. Сформирована русская группа, которая была очень нужна клиенту. Далее мы присылаем агенту информацию о береговых экскурсиях, которые мы предлагаем группе. Причем экскурсии рекомендуется приобретать заранее: на борту сопровождающий продает экскурсии по более высокой цене и только при наличии свободных мест. Но в 80% случаев агенты говорят: нашему туристу экскурсии не нужны. Или: клиент будет приобретать их на борту. А на борту выясняется, что никто этому клиенту экскурсии и не предлагал – или не объяснил, почему их нужно приобретать заранее. Результат – недовольный турист. Он возвращается домой неудовлетворенным, предъявляет претензии к агенту, тем самым отбивая у него желание продавать круизы в дальнейшем. А ведь круизный турист – самый возвратный. Нужно просто приложить немного усилий и разговаривать с клиентом, не боясь дополнительных вопросов и заказов. И он будет покупать у вас круизы вновь и вновь, обеспечивая довольно высокий регулярный доход.

ОЛЬГА КИЛИМНИК


В качестве примера типовой ошибки можно привести случай, когда пожилых людей без знания иностранного языка отправляют в круиз на большое иностранное судно при отсутствии русской группы и сопровождения. Люди оказываются не только не в состоянии полноценно участвовать в круизной жизни, но постоянно находятся в напряжении и растерянности в связи с невозможностью ориентироваться в чужой среде. Те же проблемы возникают у одиночных туристов, не имеющих компании для общения, и даже у >>>

ВИА МАРИС



Морские круизы


Дегустируйте
Мир
с нами




Круизы по всем регионам
от всех круизных компаний

Телефон / Факс:
+7 (495) 565-34-37 (многоканальный)
+7 (343) 287-07-71 Екатеринбург
8-800-555-04-13 (бесплатный)


www.viamaris.ru




Holland America Line
A Signature of Excellence




Costa
CRUISING ITALIAN STYLE




Regent
SEVEN SEAS CRUISES




CRYSTAL
CRUISES



STAR CLIPPERS



OCEANIA CRUISES



THE YACHTS OF
SEABOURN
INTIMATE. LIBRARY.



NCL
NORWEGIAN CRUISE LINE
PERPETUAL CRUISING

ОЛЬГА КИЛИМНИК

«Круизы на «плавучих островах» выбирают, как правило, круизеры-новички, чаще всего из соображений престижа. Классические морские круизы предпочитают путешественники с высоким уровнем образования и повышенной жадой познаний, впечатлений»



КРУИЗЫ- БЕСТСЕЛЛЕРЫ

«Два самых популярных круиза – «Западное Средиземноморье» и «Музыка фьордов и города Балтики» – оба максимально удобны в продаже.»

семейных путешественников, которые не имеют возможности отвлекаться, замкнуты друг на друге, и как следствие – недовольны.

6 Что мешает российскому турагенту начать продавать морские круизы?

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

Недостаточная информированность и некоторая консервативность. Большинство агентств выжидают момент, когда турист сам начнет спрашивать круизы в массовом порядке. И этот момент не за горами. Только надо понимать, что уровень конкуренции на розничном рынке тоже будет несравнимо выше. Для тех, кто уже готов, мы предлагаем широкий спектр программ обучения: от регулярных семинаров и вебинаров до традиционной ежегодной «Мореходки», экстерн-обучения на борту лайнера.

ОЛЬГА КИЛИМНИК

Несмотря на все возрастающие объемы продаж, этот турпродукт остается штучным, требующим индивидуального подхода и взвешенного обслуживания. Чаще всего именно это пугает агентов и является причиной, по которой они не включают круизы в свой ассортимент. Ведь значительно проще работать по старинке, зарабатывая на объемах по массовым направлениям. Это недалёковидная позиция, ведь именно круизные пассажиры формируют основную клиентскую базу. Особенно учитывая их возвратность и широкий спектр круизных предложений, способных удовлетворять спрос еще многие годы. Да и заработок с продаж круизных турпакетов существенно превышает средний заработок от продаж массовых направлений. Кроме того, учитывая политические и природные катаклизмы, турагент значительно меньше рискует, предлагая такой безопасный продукт, как круизы. Безопасность связана не только с контролем за круизными судами, но и с мобильностью, позволяющей изменить маршрут следования и в буквальном смысле уплыть от неприятностей, заменив одни порты захода другими.

7 Дайте несколько советов агентствам, которые собираются начать продавать круизы.

ИЛЬЯ МИЛИТИЦКИЙ

Начните предлагать круизы. Сделайте так, чтобы ваши клиенты узнали о том, что у вас в ассортименте есть такой продукт. Положите круизные каталоги на видное место, повесьте в офисе плакат с кораблем,

поставьте на сайт наш поисковик, где ваши клиенты смогут выбрать более чем из 2,5 тысяч круизных маршрутов по всему миру. Пока ваши клиенты не узнают, что круизы у вас есть – они их покупать не будут. А когда люди заинтересуются этим направлением, оно все скажет само за себя.

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

Начните с малого – выберите два самых популярных круиза: «Западное Средиземноморье» и «Музыка фьордов и города Балтики», разберитесь в них досконально. Оба максимально удобны в продаже. Первый – самый востребованный маршрут на лайнере Fantasia, еженедельные русские группы и групповые пакеты с перелетом. Второй круиз – хит продаж, самый красивый маршрут с отправлением из Санкт-Петербурга на великолепных лайнерах MSC Poesia и MSC Magnifica. Родной порт посадки делает круиз максимально удобным как для путешествия, так и для продажи. Согласно нашей статистике, доля продаж этих двух круизов составляет до 50% от общего числа летних продаж. Начните с малого, а потом постепенно осваивайте новые маршруты и направления.

ЕЛЕНА КАРМАНОВА

Прежде всего, попробуйте полюбить этот уникальный вид отдыха – и вам станет намного легче предложить его туристу. Заставьте себя вникнуть в особенности круизных продаж – это самый быстрорастущий сегмент мировой туристической индустрии вот уже на протяжении более 10 лет. Не упускайте свой шанс внедриться в структуру реализации круизов, пока ваше место не заняли более предусмотрительные агенты. Не бойтесь вопросов туриста: даже если вы чего-то не знаете, возьмите паузу и уточните все у наших менеджеров. Ни один клиент еще не уходил от агента, который, возможно, сразу не готов ответить на вопросы, но зато готов потратить свое время, чтобы выяснить правильный ответ. И никогда не предлагайте туристу самые дешевые варианты: дешево обычно хорошо не бывает.

ОЛЬГА КИЛИМНИК

Во-первых, осмыслите, что такое круизы, что они в себя включают и какие потребности могут удовлетворять. Во-вторых, ознакомьтесь со спектром круизных предложений, не ограничиваясь тем, что первым попало под руку; не соблазняйтесь только горящими предложениями – это тупиковый путь. Но и не разбрасывайтесь, не кидайтесь разом на всех операторов, предлагающих круизы. Начните работу с национальных круизов (один теплоход, все свои, на русском языке, программа адаптирована под нашего туриста). «Космополитов», которые будут

себя прекрасно чувствовать на любом теплоходе, поначалу у вас будет мало. Они воспитаются в процессе, когда им станет тесно в рамках национальных круизов. И уже подготовленных и уверенных в себе вы сможете смело отправлять их по дальним экзотическим странам в иностранной среде, на разных теплоходах.

В-третьих, проанализируйте, какие именно предложения могут быть востребованы туристами вашей

го региона, учитывая логистику (удобные перелеты, стыковки и прочее), климатические предпочтения, спрос по времени года. В-четвертых, проанализируйте свою клиентскую базу. Подумайте, как переориентировать «наземных» туристов. Какие аргументы нужно подобрать для каждой группы клиентов, учитывая возраст, материальное положение, образование, подвижность, амбиции, знание иностранных языков и прочее.

Тб

Круизеры выбирают надежность

Протяженность акватории Москвы-реки составляет 80 км. Сегодня в Московском речном бассейне представлено около 80 компаний, специализирующихся на перевозке пассажиров.

Из 165 теплоходов, участвующих в навигации на Москве-реке, около сорока работают на линии как прогулочные суда, два десятка – как прогулочные и банкетные, еще около сотни – только как банкетные. Регулярными являются 11 маршрутов: «Северные речные ворота» (СПВ), «Бухта радости», «СПВ – круговой маршрут», «Троице-Лыково – Строгино», «Гостиница «Украина» – круговой маршрут», «Киевский вокзал – круговой маршрут», «Воробьевы горы – круговой маршрут», «Обводной канал – круговой маршрут», «Новоспаский мост – Киевский вокзал – Новоспаский мост», «Коломенское – круговой маршрут», «Коломенское – Марьино – Коломенское», «Марьино – круговой маршрут». Нерегулярные экскурсионные прогулки стартуют на разных причалах, расположенных в центре города. Количество международных круизов, выполняющихся из Москвы, – около 850. Число обслуживаемых пассажиров составляет около 2 млн человек. Около половины обслуживают суда «Столичной судоходной компании».

По словам консультанта отдела развития внеуличных видов пассажирского транспорта Департамента транспорта правительства Москвы Вадима Ермилина, новинка навигации нынешнего года – транспортный маршрут «Печатники – Китай-город», на котором будет работать судно «Тверца». Стоимость билета – около 50 рублей.

Генеральный директор «Столичной судоходной компании» Дмитрий Балыков рассказал, что сегодня около 90% клиентов его компании составляют туристы. В этом сезоне стоимость билета на прогулочный теплоход сохранится на уровне прошлого года – 400 рублей. «Обычно стоимость билета на прогулочный круиз в Европе составляет 10–15 евро. Но Москва и так имеет имидж одного из самых дорогих городов мира. Поэтому мы просто не можем поднимать цены», – подчеркнул Дмитрий Балыков.

По словам директора по внутреннему туризму компании «ВодоходЪ» Андрея Смолина, сегодня уровень продаж на летний сезон опережает показатели прошлого года примерно на 20%. Это связано с тем, что по сравнению с 2011 годом стоимость речных круизов практически не изменилась. При этом большую часть круизов пока приобретают постоянные клиенты компании. «Более активному продвижению круизов мешает негативный информационный фон в СМИ. Зато теперь клиенты охотнее выбирают крупные и проверенные круизные ком-

пании. Это, конечно, хорошо», – говорит Андрей Смолин. В этом году компания планирует перевезти не менее 130 тысяч пассажиров, в том числе 35 тысяч гостей из-за рубежа.

Заместитель генерального директора компании «Мостурфлот» Светлана Гончарова также отметила, что продажи круизов в этом году опережают показатели 2011 года. Около 60% клиентов компании – возвратные. Сейчас оператор уже практически продал все круизы на май и июнь. Быстрее всего «расходятся» круизы на недавно модернизированных судах. Активные продажи начались еще в конце прошлого года. В частности, почти не осталось мест на майские круизы на модернизированном теплоходе «Княжна Виктория». Светлана Гончарова рассказала, что в этом году компания «Мостурфлот» проведет ряд интересных тематических круизов. Совместно с Московским театром кукол имени С.В. Образцова оператор начинает реализацию проекта на теплоходе «Сергей Образцов» (ранее «Н.Г. Славянов»). В программе – кукольные спектакли, мастер-классы по театральному кукольному мастерству для детей и взрослых, демонстрация уникальных кино- и фотоматериалов, выставка театральных кукол. Другой проект – специальные оздоровительные программы на борту теплоходов.



Пузыри, пирамиды и крокодиловы слезы

Первый квартал 2012 года был сложным для страховых компаний, которые несли убытки в различных сегментах бизнеса, в том числе в работе с туристическими компаниями. Какие ключевые тенденции определяют развитие рынка, на что направлены усилия страховых лоббистов, какие перспективные направления будут развивать страховщики в ближайшем будущем? Генеральный директор, председатель правления ОСАО «Ингосстрах» **АЛЕКСАНДР ГРИГОРЬЕВ** высказал свое мнение о злободневных проблемах партнерства с турбизнесом в интервью portalу «Страхование сегодня».

Горячей темой начала 2012 года стала ситуация с компанией «Ланта-тур вояж» – как бы вы могли ее прокомментировать, является ли этот случай типичным или специфическим для туристического рынка? Справедливо ли говорить о «пирамидах» и «пузырях» на туристическом рынке, и если да, что их роднит с работающими по методу кэш-фло страховщиками?

Аналогия тут практически полная: когда у компании нет капитала, она принимает на себя новые обязательства, получает деньги и тут же расходует на исполнение прежних обязательств. В итоге оказывается, что собрано с клиентов меньше, чем нужно для выполнения всех обязательств. Образуется «пирамида».

Даже если туристическая «пирамида» добросовестная и пытается «тянуть» свои обязательства, отправляет клиентов за рубеж, бронируя самолеты и отели, с каждой отправкой туриста она часто получает убыток 100–200 долларов. Поскольку капитала у турфирмы нет, она идет в банк и берет кредит под оборот. Банки выдавали (до случаев с «Капитал Тур» и «Ланта-тур вояж», разумеется) такие кредиты, потому что обороты у туроператоров действительно большие. Как только возникают какие-то колебания, выручка уменьшается, например, потому что туристы из-за ближневосточных революций, погодных катаклизмов, землетрясений меньше покупают туры по определенным направлениям, банк начинает задавать вопросы, а потом приостанавливает кредитование. «Пирамида» рушится.

Так и в страховании, когда страховщик по «плохому» тарифу принимает на себя обязательства, платит по убыткам, и их оказывается больше, чем взяли денег с новых клиентов. При этом страховые компании хоть



как-то капитализированы и их бизнес более долгосрочный, а в турбизнесе достаточно 6 месяцев работы в минус, чтобы «пирамида» развалилась.

Не должна ли ситуация, сложившаяся на туристическом рынке, стать сигналом к принципиальному изменению его нормативного регулирования? Или, может быть, необходим пересмотр условий страхования в туризме – повышение размеров фингарантий либо переход к страхованию «по каждой путевке»?

Страхование – это вторичный вопрос. Прежде всего, надо разобраться в том, как государство управляет туристической отраслью, кого оно допускает на этот рынок. Конечно, в последнее время у нас появились капитализированные игроки, например, TUI, которая котируется на бирже, но основная масса турфирм – это общества с ограниченной ответственностью с капиталом в 10 тысяч рублей.

Может, надо вернуть лицензирование турфирм? Я не сторонник лицензирования. Мне кажется, что гораздо эффективнее механизмы СРО и нормальные финансовые гарантии.

Что касается собственно деятельности туроператоров, главная проблема – демпинг. Причем он не связан с

»» **350**

млн рублей – таков объем рынка страхования ответственности туроператоров в России.

какими-то внешними факторами, это именно битва за клиента. Стремление занимать самые высокие строчки в рейтингах заставляло туроператоров постоянно увеличивать количество клиентов, невзирая на то, что каждый турист вместо плюса приносил минус. Слабый и безответственный менеджмент в условиях демпинга привел к тому, что копились долги, а стоимость туров не поднималась.

В принципе, сама отрасль может осуществлять регулирование подобных процессов через механизм СРО. Контроль со стороны госорганов здесь тоже возможен, но мировая практика показывает, что это малоэффективно. На Западе именно СРО определяют правила деятельности, принципы тарификации и прочее.

Страховой бизнес более устойчивый, чем туристический?

Да, хотя и здесь тоже достаточно банкротств по причине нехватки денег, выведенных акционерами, и демпинговой политики. Наиболее яркие примеры – компании «Росстрах», «Ростра», «Инногрант», у которых демпинговая политика на протяжении определенного периода привела к банкротству. Действительно, в страховании тариф вероятностный, а в туризме – гораздо более точный. Соответственно, менеджеры и акционеры должны понимать, что они делают, и нести ответственность. А гарантии ответственности перед гражданами при ведении этого бизнеса должны регулироваться государством. Для этого могут использоваться такие формы, как гарантийные фонды и страхование ответственности.

Когда несколько лет назад обсуждался вопрос о формах обеспечения ответственности, представители туристической отрасли серьезно возражали против введения обязательного страхования, говоря, что они могут обеспечить гарантии сами, и о том, что этот закон лоббировали страховщики. Надо сказать, что для страховых компаний, особенно крупных, этот рынок неприоритетный. Он больше нужен гражданам. Это не тот бизнес, который может развивать страховое дело, он занял доли процента от совокупных сборов. Весь объем рынка страхования ответственности туроператоров в России, по оценкам экспертов, составил около 350 млн рублей. Предлагались и альтернативные способы защиты туристов: СРО, гарантийные фонды, но законодатели по этому пути не пошли, и возник миф, что страховщики пролоббировали введение обязательного страхования.

Как идет процесс выплат возмещений туристам «Ланта-тур вояж»?

Это, кстати, еще один пример, почему страховщикам этот вид страхования не нужен. Лимит ответственности по договору с «Ланта-тур вояж» – 100 млн рублей. Эти сто миллионов будут пропорционально разделены между всеми пострадавшими клиентами туроператора, которые предоставили необходимые документы в страховую компанию.

С 29 марта начались фактические выплаты. Расходы по урегулированию страхового случая составят еще несколько миллионов рублей, поскольку нужно провести работу по более чем 6,2 тысячам заявлений туристов. Премия, полученная по договору с «Ланта-тур вояж», была 556 тысяч рублей, что сопоставимо с несколькими договорами по каско. Так что страховщики не лоббировали этот вид страхования, но так как он введен – мы должны работать. И этот случай еще раз показывает, как важно страховать риски в надежных страховых компаниях. Клиенты, например, «Капитал Тура» не получили страхового возмещения по причине банкротства страховщика.

Но если уж государство приняло принципиальное решение, что у нас будет страховая модель защиты туристов, тогда, на мой взгляд, надо страховать каждую путевку. В этом случае каждый турист получит полную выплату, а не в пропорции. Мы в свое время такой вариант предлагали, но Госдума его не приняла – помешало туристическое лобби. На стоимость путевки это принципиально не повлияет. Доплата 5–10 долларов к цене тура в 1000 долларов для туриста – несущественные деньги. Тогда вопрос о повышении лимитов отпадет сам собой. Ведь как показали последние события, для крупных турфирм 100 миллионов рублей явно недостаточно, денег на полное возмещение всем туристам не хватает. Останется только одна проблема, не обанкротится ли страховщик.

Не является ли ситуация в туризме примером того, что идея замены лицензирования страхованием ответственности, провозглашенная нашим государством, не работает?

Пока страхование ответственности в рамках СРО реально работает только в строительном секторе. Хотя и там есть серьезные проблемы. В туризме СРО нет, туристическая отрасль при всей своей активности в СМИ пока ничего не сделала для создания саморегулируемой системы. Количество отраслей, где есть СРО в России, очень невелико. Страна не двинулась по этому пути. Законодатель должен был бы предписать создание СРО конкретным отраслям, прописать порядок их функционирования, гарантийные фонды.

У нас иногда действует очень извращенная логика. Государство говорит: вам это надо – вы и лоббируйте. Меня это не столько злит, сколько веселит. Можно подумать, что не чиновник или министр несет ответственность за обеспечение безопасности в определенных отраслях, а коммерческая страховая компания. Свежий пример – с транспортом. Сколько говорилось о том, что страхование ответственности перевозчиков имеет народно-хозяйственное значение. Тем не менее и в Госдуме, и в Минтрансе мы постоянно сталкиваемся с дискуссией на тему: «Вы, страховщики, лоббируете неправильный закон».



« Как показали последние события, для крупных турфирм 100 миллионов рублей явно недостаточно, денег на полное возмещение всем туристам не хватает »>>

**АЛЕКСАНДР
ГРИГОРЬЕВ**

Кругом одни мошенники

Страховщики подозревают, что механизм финансовых гарантий наводит на мысли о махинациях и туроператоров, и туристов

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



« За 6 лет действия института финансовых гарантий российских страховщики получили около 1,5 млрд рублей в виде страховых премий, а объем всех выплат по страховым случаям не превысил 330 млн рублей »»

РАЗДЕЛИЛИ НА ВСЕХ

»» По сведениям ОСАО «Ингосстрах», на 16 апреля этого года 2219 туристам обанкротившейся компании «Ланта-тур вояж» по 1009 требованиям было выплачено страховое возмещение на общую сумму 39,6 млн рублей. Каждая претензия была удовлетворена лишь наполовину. Дело в том, что в соответствии с представленными в «Ингосстрах» подтверждающими документами всего в Реестр требований для расчета пропорции включены 2789 требований в отношении 6278 туристов. Общая сумма ущерба – 194 583 281 руб.

Страховые компании склонны усматривать в участившихся банкротствах туристических компаний некий злой умысел. «Обратите внимание – количество таких случаев значительно выросло после того, как был введен институт финансовых гарантий», – отмечает директор петербургского филиала страховой компании «Северная казна» Валентин Афанасьев. В Москве и Петербурге одновременно в конце апреля прошла видеоконференция «Мошенничество туристов-клиентов при банкротстве туроператоров». Ее участники убеждены: при выплате страховых возмещений в сфере туризма объем мошенничества составляет 15–35%.

Генеральный директор группы компаний «СИАЦ» Константин Байков согласен с тем, что вместе с появлением какого-либо вида обязательного страхования на свет тут же рождаются и самые разные незаконные способы получения страхового возмещения: «Это предъявление поддельных документов при закрытии оператора, сговор между представителями продавца турпродукта и его покупателями с целью завышения объемов оказанных услуг и масса других способов».

Среди рядовых туристов попытки получить незаслуженное возмещение еще более разнообразны. Валентин Афанасьев в Петербурге и Наира Арутюнян, начальник оперативного отдела Global Voyager Assistance (GVA), приводят массу примеров того, как это делается. Есть весьма оригинальные способы. «В частности, были попытки получить страховое возмещение за смерть мужа, который якобы умер за рубежом, был кремирован и захоронен, – рассказывает Наира Арутюнян. – И это при том, что у заявительницы вообще мужа не было». По словам страховщиков, наш турист в деле получения возмещений проявляет недюжинные творческие способности, даже за рубежом

умело договариваясь с местными врачами. Однако Владимир Лиморенко, исполнительный директор ассоциации «Турреестр.рф», объединяющей организации малого бизнеса в туризме, недавно подсчитал: за 6 лет действия института финансовых гарантий российские страховщики получили около 1,5 млрд рублей в виде страховых премий, а объем всех выплат по страховым случаям не превысил 330 млн рублей. Неплохой навар. К тому же и сами страховщики не без греха. Порой под подозрение в мошенничестве попадают люди, которым помощь жизненно необходима. Прошлым летом в Петербурге большой резонанс вызвала история с журналистом Фонда защиты гласности в Северо-Западном федеральном округе Романом Захаровым, который получил тяжелую травму на пляже острова Ларго-дель-Сур на Кубе. Во время купания его укусила рыба длиной около полуметра – ногу парализовало и пловцу едва удалось добраться до берега. Первую медицинскую помощь ему оказали на месте, где и пояснили: если не будет срочно проведена хирургическая операция, в лучшем случае Романа ждет ампутация конечности, а в худшем – летальный исход. Однако одна из российских страховых компаний, в которой он застраховался перед отъездом, отказалась оплачивать специальный авиарейс до Гаваны, требуя документальных подтверждений случившегося. Сделать это на острове, где, кроме небольшого фельдшерского пункта, не было ничего, оказалось просто невозможно. История благополучно завершилась только потому, что у Захарова была еще одна, постоянная годовая страховка: именно этот страховщик организовал авиарейс и фактически спас журналисту жизнь. Впрочем, когда одни подозревают других, а в законодательных нормах полно прорех, иного вряд ли стоит ожидать.

Тб

Нужна ли рейдеру турфирма

Продолжаем серию публикаций о рейдерстве в турбизнесе, начатую в первом номере «ТБ» текущего года. В очередной статье рассмотрены вопросы об основных методах и этапах захвата бизнеса.

МЕТОДЫ РЕЙДЕРОВ

1. Коррупция. Необходимое условие рейдерства. Этот способ предполагает наличие у государственного или муниципального служащего незаконных личных либо имущественных интересов, воплощаемых при помощи рейдеров. Способ актуален при перераспределении государственной или муниципальной собственности, приватизации, реприватизации. Не лишним является «административный ресурс» и для стороннего рейдера или его заказчика, желающего захватить компанию.

2. Мошенничество. Хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана или злоупотребления доверием – так трактуется действующим УК РФ мошенничество – может совершаться различными способами. Например, в виде мошенничества с реестром акционеров предприятия, мошенничества путем обмана регистрирующих органов, мошенничества через повторное приобретение ранее выкупленных компанией акций, подделку учредительных и правоустанавливающих документов.

3. Банкротство. Отличительные признаки – нарушение законодательства о банкротстве, искусственное создание налоговой или кредиторской задолженности, скупка кредиторской задолженности предприятия и единовременное предъявление ее к оплате, введение своего конкурсного управляющего.

4. Залоговые схемы. Залоговая схема реализуется исходя из того же принципа, что и долговая – эксплуатации естественного или искусственно созданного финансового «перекоса» в деятельности компании. Объектом залога может выступать недвижимость предприятия либо все предприятие как имущественный комплекс. Предприятию в сложный момент также может быть предложен вариант кредитования под залог управляющих пакетов (более 51% акций). В условиях дефицита финансовых средств руководитель и собственники предприятия соглашаются порой на самые жесткие условия кредитования. Залоговые схемы часто используют банковские структуры. Заключая договор о кредитовании предприятия, рейдер создает предпосылки возникновения условий, в которых предприятие неспособно выплатить свой долг.

5. Установление контроля над менеджментом. Данная форма реализуется путем подкупа, шантажа или угрозы по адресу руководства компании.

6. Силовой захват. Для осуществления силового захвата нужно несколько десятков физически развитых граждан и сфальсифицированное судебное решение. Силовое перераспределение собственности может осуществляться не только «бандитами», но и с помощью службы судебных приставов, специальных подразделений правоохранительных органов или частных охранных структур.

7. Через акционерный капитал. Приобретение 10–15% акций является вполне достаточным для созыва внеочередного собрания учредителей. А 30% – это уже практически стопроцентная гарантия, так как обеспечивает кворум при проведении повторного собрания со сменой руководства в повестке дня, в случае если первое собрание было признано не состоявшимся. Здесь используются нехитрые манипуляции с уведомлениями акционеров о проведении собрания (несвоевременная рассылка уведомлений или отправка пустых конвертов).

СЦЕНАРИЙ ЗАХВАТА

Первый этап. Захват начинается со сбора информации об интересующем объекте. Сбор информации ведется в двух плоскостях. Первая: сбор информации о фирме, ее активах, организационной структуре, оформлении прав на имущество и товарных знаках, узких местах в управлении, защите коммерческой тайны и т.п.

Вторая плоскость: сбор информации о физических лицах: учредителях, руководстве, топ-менеджменте, главном бухгалтере, а также их слабостях и допущенных данными лицами нарушениях. Цель – собрать компромат, который в дальнейшем можно использовать.

Второй этап. Разработка стратегии захвата.

Третий этап. Перехват управления. Может осуществляться как относительно «мирным» путем, например, через решение общего собрания акционеров, так и с помощью силового захвата.

Четвертый этап. Зачистка ситуации (то есть придание видимости законности путем оформления или фальсификации соответствующих документов) и передача объекта заказчику, если рейдер действовал в интересах третьего лица.

Следующая публикация будет посвящена способам предотвращения рейдерства. **ТБ**



«**Б**анкротство может быть преднамеренным или фиктивным. За эти два вида действий Административный и Уголовный кодексы РФ предусматривают соответствующую ответственность» **»»**

**МАРИЯ
БУЛАТОВА**

Автор – директор компании «Ирма-Аудит»

ООО «Ирма-Аудит» – аудит, консалтинг, ведение, постановка, восстановление учета.
Тел.: (495) 785-22-94
www.irma-audit.ru

По-европейски

Программа «Карта Гостя Санкт-Петербурга» – аналог туристских систем, работающих в Нью-Йорке, Лондоне, Париже, Таллине, Стокгольме и других крупных городах мира. С помощью карты турист получает скидки и привилегии на городских экскурсиях, в музеях и театрах, парках отдыха, бутиках и магазинах, ресторанах и предприятиях сервисного обслуживания. В Северной столице такая услуга появилась в 2011 году.



ТЕКСТ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН



« В 2012 году предполагается увеличить число участников программы с 25 до 50 объектов »»

АНДРЕЙ ШАПОВАЛОВ

Генеральный директор ООО «Карта Гостя»

Предусмотрены «Карты Гостя» для взрослых и детей. Они отличаются сроком действия – 2, 3, 5 и 7 дней, дают право на бесплатное посещение нескольких экскурсий по городу – обзорного автобусного маршрута «Сити Тур» и одного из трех различных вариантов путешествия по рекам и каналам Санкт-Петербурга. Возможен также бесплатный проезд в Кронштадт на «Метеоре» и осмотр знаменитых фортов.

Владелец карты имеет право бесплатно посетить 27 городских музеев. Причем выбор здесь разнообразен – от Государственного Эрмитажа или Русского музея до модного музея современного искусства «Эрарта» и даже легендарной «Камчатки» Виктора Цоя. По сути, карта позволяет получить индивидуальное обслуживание. Кроме того, к услугам владельца – дисконтная программа в отелях, барах, кафе и ресторанах, присоединившихся к программе. Скидки на услуги могут составлять от 10% до 50%.

В настоящее время «Карту Гостя» можно заказать в интернете, приобрести в павильонах Городского туристского информационного центра, у партнеров проекта (отели, рестораны), а также в «Такси 068». Возможна продажа карт в фирменных поездах РЖД, идут переговоры по размещению точек реализации в вагонах скоростных поездов «Сапсан» и «Аллегро». «Карта Гостя» включена в «Программу разви-

тия Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011–2016 годы».

По словам Андрея Шаповалова, генерального директора ООО «Карта Гостя», в 2012 году планируется разработка мобильного приложения для владельцев «Карты Гостя», которое будет предоставляться бесплатно. На текущий год запланирована автоматизация музеев, чтобы осуществлять проход туристов на объекты осмотра не по существующей купонной системе, а с электронной фиксацией карты.

В конце 2011 года запущен аналогичный проект программы «Карта Гостя» в Москве. Новинкой заинтересовались также Казань и Красноярск. Потребность в подобном продукте на российском туристском рынке есть, но ряд проблем тормозит процесс развития. Например, сейчас на карте присутствует транспортная составляющая – электронный транспортный кошелек с ресурсом в размере 100 рублей. Важным моментом является предоставление возможности туристам пользоваться транспортом по «Карте Гостя» бесплатно и безлимитно в течение срока действия карты. Сотрудничество с турфирмами, отелями, развлекательными центрами, магазинами и ресторанами ведется на агентской и партнерской основах. Агенты получают комиссионные в размере от 10% до 20% от стоимости приобретенных карт. Партнеры предоставляют услуги владельцам карт.

КОММЕНТАРИЙ СПЕЦИАЛИСТА

Татьяна ГАВРИЛОВА,

исполнительный директор Северо-Западного регионального отделения РСТ

Во всех цивилизованных странах подобные проекты значительно облегчают жизнь туристов. «Карта Гостя» дает нашему городу возможность продвигаться по шкале цивилизованности относительно других мировых столиц, подняться на несколько позиций вверх. Хорошо, что оператор добавил новый транспортный сервис – без него концепция казалась несколько ограниченной. Но необходима, помимо всего прочего, еще и работа по поиску дополнительных возможностей сотрудничества с туристическими фирмами. Сейчас проект больше ориентирован на индивидуальных туристов, плотного контакта с игроками рынка нет. Однако «Карту Гостя» можно включать, например, в пакетное обслуживание.



»»» Сотрудничество с турфирмами ведется на агентской и партнерской основах. Агенты получают комиссионные в размере от 10% до 20% от стоимости приобретенных карт.

Управленческий учет в турбизнесе: автоматизация

В предыдущей статье, опубликованной в апрельском номере журнала, мы уже говорили о необходимости ведения управленческого учета и контроля основных финансовых показателей деятельности турфирмы. В этой публикации мы поговорим о том, как автоматизация и отраслевое решение помогут агентствам.

Отраслевая система заменит десятки электронных таблиц, документов и отчетов на вашем компьютере, которые обычно используются для ведения учета, подготовки документов для клиентов и формирования отчетов. Насколько это важно?

Менеджеру удобнее работать с одним приложением. Его работа становится продуктивнее, меньше рабочего времени тратится на оформление – больше времени можно уделить клиенту: рассказать о стране, экскурсиях, особенностях отдыха.

Сокращается количество ошибок при оформлении документов на тур. Все необходимые данные клиентов сохраняются и автоматически подставляются в печатные формы договоров, путевок и других первичных документов.

Многие из нас пользовались услугами турагентств, и мы прекрасно знаем, как выглядит процесс оформления путевки. Согласитесь, больше доверия вызывает четко структурированная работа менеджера, который быстро и без ошибок оформляет и распечатывает «в один клик» всю необходимую документацию – вы же рядом и вам все видно.

Говоря о повышении качества обслуживания клиентов, стоит отметить как безусловный плюс наличие в системе функций CRM – управления взаимоотношениями с клиентами. Учет всех контактов с туристами и туроператорами, отправка e-mail и SMS-сообщений из программы позволят наработать, сохранить и приумножить клиентскую базу. Теперь ни одно обращение клиента не будет потеряно. Кроме того, у вас появится сама клиентская база – база данных системы.

Не секрет, что реклама – двигатель торговли. Но эффективна ли она? Фиксируем затраты и источник обращения в заявке на тур – получаем анализ эффективности рекламы. Благодарные туристы рекомендуют вашу компанию? Стимулируйте их, вовлеките в процесс и дайте с помощью бонусной системы возможность оплатить свой следующий тур накопленными бонусами.

Все операции регистрируются и хранятся в единой базе данных, функция которой – не только хранение, но и предоставление инструментов для анализа накопленных данных. Анализируем продажи по направле-

ниям, взаиморасчеты с туристами и туроператорами, доход (комиссию по закрытым туристическим заявкам). Держим под контролем в высокий сезон наличие собственных денежных средств турагентства, чтобы не допустить проблем с ликвидностью и поддерживать необходимый уровень рентабельности бизнеса. Именно для этого нам и нужна система автоматизации. Управленческие отчеты о структуре денежных средств и управленческом финансовом результате четко и ясно отразят всю финансовую картину работы турагентства. Представьте, что вы находитесь вне офиса, но вам хотелось бы держать руку на пульсе. Нет ничего проще. Контролируйте работу вашего турагентства через интернет при помощи планшетного компьютера или коммуникатора – с программой можно работать через обычный web-браузер. Работа в браузере через интернет для пользователя ничем не отличается от работы с программой, установленной на персональном компьютере или в локальной сети турагентства. Кроме того, это дает мощнейший инструмент для автоматизации территориально распределенной сети филиалов и офисов турагентства.

Не стоит забывать и о бухгалтерском учете. Представьте, как обрадуется бухгалтер, если вся информация о хозяйственной деятельности будет выгружена в его любимую программу для ведения бухгалтерского учета и ему не придется вводить данные повторно. В заключение хотелось бы сказать, что при выборе отраслевого решения для автоматизации турагентства необходимо обратить внимание на открытость программного кода и возможность поддержки на всей территории России. Дополнительные бесплатные сервисы в виде регулярных бесплатных вебинаров и демо-сервера для ознакомления с программой через интернет не будут лишними. Наиболее эффективной технологией правильного выбора является создание бесплатного контрольного примера в программе на ваших данных. Технология контрольных примеров – от внедрения до покупки – позволяет учесть специфику именно вашего предприятия и дает возможность без абстракций понять, подходит вам отраслевое решение или нет.

www.1ctour.ru



ОЛЕГ БУРНЕЙКО

Директор ООО «Геософт-Консалт»,
консультант по управлению



«Бедный родственник» в богатом доме

Деловые поездки в настоящее время являются одной из наиболее динамично развивающихся и рентабельных отраслей мировой экономики. В развитых странах доходы от business travel сопоставимы с нефтяным бизнесом. Деловой туризм входит в десятку самых высокобюджетных и рентабельных отраслей экономики.

В структуре мирового business travel преобладают индивидуальные деловые поездки. Остальное приходится на так называемый сегмент MICE – поездки на конференции и семинары, посещение выставок, конгрессные туры и инсентив-туризм. Несмотря на то, что деловые поездки в мировом турпоточе составляют около 20–25%, на них приходится до 60% общего оборота туристической индустрии. По словам заместителя министра спорта, туризма и молодежной политики Надежды Назиной, доля туротрасли в ВВП России с учетом мультипликативного эффекта составляет 6,5%, из них 3% – чистый туризм, остальное приходится на деловые поездки. Вместе с тем основная проблема business travel в России – это отсутствие внятных законодательно закрепленных определений и нормативов как для самой отрасли, так и для свойственных ей специфических видов деятельности. Существующее законодательство не делает никаких различий между обычным туристом, посвящающим свое свободное время поездке на отдых на свои личные средства, и человеком, предпринимаящим поездку в рабочее время за счет работодателя с конкретными профессиональными задачами.

Отсюда – законодательное стирание различий между специализированными business travel и MICE-компаниями, обеспечивающими корпоративные поездки (англоязычный аналог – Travel Management Companies), и обычными туроператорами, реализующими пакетные туры массового отдыха. И те и другие действительно сами формируют и реализуют свои туры. Но первые под конкретный заказ корпоративного клиента формируют тур, который зачастую даже не предполагает предварительную оплату со стороны клиента, что минимизирует его риски. В то же время «обычные» туроператоры действительно несут существенные риски, сначала закупая блоки мест у перевозчиков и в отелях, а уже потом реализуя их в розницу. Тем не менее и первые и вторые вынуждены на общих основаниях заботиться о финансовом обеспечении

(страховании) своих принципиально различных рисков, и их деятельность, согласно закону, называется «туроператорской».

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА

Проблема, связанная с отсутствием нормированного различия между туроператорами и компаниями, специализирующимися в сфере делового туризма, вероятно, во многом связана с изначально неточным переводом англоязычного понятия business travel, которое дословно обозначает «деловую поездку». В России в период бурного развития в 1990-х годах компаний по организации корпоративных поездок (тогда этот бизнес в основном базировался на продажах корпоративным клиентам билетов) вошел в обиход по сути неверный термин «деловой туризм». Понятие «tourism» никогда не употребляется за рубежом применительно к деловым корпоративным поездкам и сочетание «business tourism» не встречается на практике.

Различные определения в русскоязычной специальной литературе позволяют сделать однозначный вывод: трактовки термина «деловой туризм» отечественными учеными и практиками, по сути, полностью соответствуют понятию «business travel», когда приоритет профессиональных задач в поездке ставится на первое место.

Деловой туризм обладает и другими специфическими чертами, помимо отличия в мотивации и использовании рабочего времени, что позволяет выделить его в отдельный сегмент туристского рынка: всесезонность, массовость поездок, высокая прогнозируемость, наличие специфической инфраструктуры, слабая зависимость от природно-климатического фактора, привлечение к подготовке и осуществлению деловой поездки значительно более широкого контингента специального персонала.

В сущности «деловой туризм» имеет мало общего с принятым традиционным пониманием туризма



« Деловой туризм как отдельная индустрия деловых корпоративных поездок требует собственного законодательного регулирования »»

**ЛЕОНИД
НЕЧВОЛОВ**

Независимый эксперт

и, очевидно, что как отдельная индустрия деловых корпоративных поездок требует собственного законодательного регулирования или, по крайней мере, соответствующих поправок в Закон «Об основах туристской деятельности в РФ». Кроме того, необходима выработка собственных профессиональных стандартов и квалификационных требований в этом сегменте. Далее будем употреблять термин «деловой туризм», понимая под этим именно business travel.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Значимым сегментом индустрии мировой туристической индустрии деловой туризм стал в 1980-х годах. В это время в США и Европе складываются устойчивые организационные структуры, появляются и оформляются национальные ассоциации, разрабатываются государственные программы поддержки делового туризма. В середине 1980-х годов деловой туризм выделился в самостоятельный объект исследования статистики туризма и получил законодательное оформление в развитых странах. Эффективными инструментами саморегуляции и развития рынка в сегменте делового туризма стали такие известные объединения, как Guild of Business European Travel Agencies, Society of Incentive Travel Executives, Global Business Travel Association, Meeting Professionals International, International Congress and Convention Association, Association of Corporate Travel Executives.

Во многом благодаря деятельности этих и многих других организаций удалось наладить конструктивный диалог между основными игроками зарубежного рынка делового туризма и правительственными структурами, что позволило разработать соответствующее законодательство и квалификационные стандарты. Например, специалистов, выполняющих проектирование и проведение MICE-мероприятий, обозначают общим термином communicators. Специфичность этой работы позволила четко зафиксировать и законодательно закрепить в США и Европе соответствующие профессиональные категории. В их числе meeting planner — распорядитель встреч, match-maker — менеджер, осуществляющий поиск делового партнера, facilitator — специалист, стимулирующий работу группы в процессе организации и проведения MICE-мероприятия.

Недавний показательный пример возможного влияния саморегулируемых сообществ в сегменте делового туризма на решения государственных структур был озвучен в сообщении RATA-news. На семинаре, организованном Гильдией европейских агентств делового туризма GEBTA в Брюсселе,

представители отрасли объяснили комиссии и членам Европейского парламента, что нет необходимости включать деловой туризм в европейский законодательный пакет по регулированию путешествий, который пересматривается в настоящее время. Агентства делового туризма обеспокоены тем, что они будут вынуждены выполнять ряд обязательств, которые не адаптированы к сектору business travel. На рынке делового туризма России сейчас возникают аналогичные проблемы, связанные с пересмотром туристского законодательства. Рассмотрим их ниже.

РАЗМЕЖЕВАТЬСЯ, ЧТОБЫ ОБЪЕДИНИТЬСЯ

Годовой оборот даже сравнительно небольшой компании, оперирующей в сфере MICE, может достигать миллиарда рублей за счет реализации корпоративных проектов (выездные цикловые совещания, конференции, симпозиумы и т.п.), никак не связанных ни с выкупленными блоками в отелях, ни с чартерными цепочками. На практике общая стоимость самого крупного корпоративного проекта (например, с количеством участников до 2000 человек) составляет по максимуму порядка 50 млн рублей. То есть было бы абсолютно логично дифференцировать объемы финансовых гарантий обычных туроператоров и операторов MICE, оставив за последними право страховать на сумму максимально дорогого проекта из возможных. Кроме того, уже давно среди участников туристского рынка дискутируется вопрос о страховании каждого тура в отдельности, как это принято во всем цивилизованном мире (введение такого страхового механизма поддерживают многие известные специалисты туротрасли). Естественно, это должно несколько увеличить стоимость конкретной поездки, но при этом не будет возникать печально известных проблем, когда даже значительной суммы фингарантий может не хватить всем неудовлетворенным клиентам. Business travel и MICE-компаниям пора перестать считаться «бедными родственниками» в туристической России, ущемленными в правах, не имеющими собственной законодательной и нормативной базы и фактически не признаваемыми отдельной отраслью туристского бизнеса. Внесение поправок в ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» и их обсуждение представляется удобным моментом для лоббирования интересов отрасли в направлении четкого законодательного разграничения видов туристского бизнеса и внесения в законодательство конкретных определений и норм, соответствующих специфике делового туризма как отдельной формы бизнеса.

Тб

Структура мирового рынка делового туризма



ОБ АВТОРЕ

>>> В 1981 году окончил географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова по специальности океанология, в 1987 году стал кандидатом физико-математических наук. В 1999 году прошел курс «Маркетинг в туристском бизнесе» в Экономической академии при правительстве РФ. Занимал руководящие должности в компаниях «Воентур», «Группа Компаний Макслевел», «Аффо Эксклюзив», ООО «Аэро Клуб Тур».



Нет времени просто отдохнуть

Народный артист Российской Федерации **ИОСИФ РАЙХЕЛЬГАУЗ** родился в Одессе. Окончил ГИТИС им. А.В. Луначарского. Работал режиссером в «Современнике», театре им. К.С.Станиславского, Московском театре миниатюр (Театр «Эрмитаж»), в Театре на Таганке. В 1989 году Райхельгауз основал Московский театр «Школа современной пьесы» и является его художественным руководителем. Это один из немногих – если вообще не единственный – театр в стране, ориентированный на современную драматургию. Райхельгауз работал и на телевидении: снял более десятка телевизионных фильмов. Автор литературного материала многих своих спектаклей. Его пьесы по произведениям современных писателей ставились в театрах бывшего СССР и за рубежом. Автор и ведущий цикла телевизионных передач «Театральная лавочка».

БЕСЕДОВАЛ
АЛЕКСАНДР СЛАВУЦКИЙ

Иосиф Леонидович, какое место в вашей жизни занимают путешествия и поездки? Большое. Два или три раза в году вместе со своими товарищами я отправляюсь в далекие и довольно сложные, а порой вообще экстремальные экспедиции на различных видах транспорта. Джип, багги, квадроциклы, рафтинг, снегоходы. Из каждой экспедиции мы привозим документальный фильм и мои подробные записи. Несколько лет назад у меня вышла книжка, посвященная нашим путешествиям, – «Прогулки по бездорожью». И уже набралось материала на новую книжку. Со временем эти путешествия становятся все более изощренными. Не так давно мы вернулись из Новой Зеландии, прошли насквозь два ее острова – фантастических, уникальных по своей красоте.

Судя по всему, Новая Зеландия произвела на вас впечатление? Да, и очень яркое. Только представьте себе, можно подняться на холм и выбрать точку, из которой видны теплый океан, зеленые луга с белыми барашками, горы, покрытые ледниками, бурные реки, несущие свои воды к морю. И все это в одном кадре. Такого разнообразия больше нет нигде. Так что Новая Зеландия сейчас представляется мне самой уникальной страной, из когда-либо увиденных мною. Мне показалось – это та страна, в которой можно было бы замечательно жить. Впрочем, такой восторг – для меня обычное дело. Возвращаясь из каждой экспедиции, я думаю, что интереснее того места, где мы сейчас побывали, ничего быть не может. Например, приезжаю из Мексики и

думаю: «Ну разве может быть что-нибудь красивой?» А потом мы попадаем в Южную Америку – Чили или Перу, где Мачу-Пикчу, и снова полный восторг.

В пустынях вы когда-нибудь были? И даже во многих. Например, я был в пустынях Наска, Гоби, Каракумы.

Наверное, во время ваших поездок вы неоднократно попадали во всевозможные переделки, экстремальные ситуации. Мой друг Анатолий Чубайс пригласил меня в экспедицию в Узбекистан. В этой поездке я впервые сел на квадроцикл. Довольно быстро освоил этот вид транспорта и столь же быстро ощутил его коварство, заключающееся в том, что тормоз находится на ручке газа. Поехав на квадроцикле, я взлетел на какой-то пригорок и увидел, что мне навстречу движется Чубайс. Казалось, что столкновение неизбежно. Чубайс каким-то невероятным рывком меня обошел, а я неожиданно оказался на очень крутом спуске и понял, что это конец. Впереди зияла большая яма. Я попробовал затормозить, но по неопытности стал прибавлять газ. И как выяснилось, это меня и спасло. Чубайс потом рассказывал, что был потрясен таким мастерским преодолением препятствия. Тормозить стал бы дилетант, а я, прибавив газу, пролетел над ямой, приземлился на другом пригорке и молодцевато въехал в лагерь. Хотя внутри у меня было ледяное ощущение смерти, трагедии, ужаса.

Очень многие люди отдыхают на берегу моря, проводят свой отпуск между отелем и пляжем. Такой туризм вы не приемлете? Нет, отдых ради отдыха не для меня. Я понимаю, что можно куда-то приехать, поселиться в отеле и писать повесть или сценарий. Или приехать куда-то ставить спектакль, читать лекции. Или путешествовать где-то, чтобы увидеть, узнать, описать, сфотографировать. А просто лежать на песке и смотреть вдаль у меня не получается. Я отдыхаю всегда только от смены работы. Вот вчера я вернулся с гастролей в Киеве, неделю буду репетировать в Москве, потом уеду в Дублин читать лекции. После этого я должен улететь в Одессу для переговоров по поводу летних гастролей, затем улечу с друзьями в небольшую экспедицию в Армению и так далее. Любая моя поездка связана с каким-то делом, а просто отдыхать у меня нет времени.

С другой стороны, не обязательно во время отпуска валяться на пляже, наблюдая линию горизонта. Можно, скажем, приехать в Рим или Прагу, бродить по городу, знакомиться с достопримечательностями и культурой. Уже очень много лет я не имею возможности выбирать для себя способ отдыха. Вот, например, во Франции я бывал десятки раз, а в соседней Великобритании не был

никогда. А все потому, что во Франции я проводил мастер-классы, участвовал в фестивалях, у нас были гастролы в Париже на Елисейских полях в театре Пьера Кардена. А в Англию нас никогда не звали.

В Германии я был десятки раз, там проходили гастролы театра, реализовывались различные совместные проекты. В Италии был один раз в жизни, и то на Сицилии, когда меня пригласили выступить на днях русской литературы в одном из университетов. Поэтому я не могу себе сказать: «Вот я хочу поехать в Рим». Конечно, я хочу в Рим, но у меня нет времени. Но если нас пригласят в Рим на фестиваль или гастролы, я с радостью туда поеду, а заодно похожу по городу.

Честно говоря, я не очень понимаю, почему в Новую Зеландию и другие экспедиции поехать получается, а в Рим нет? Потому что для меня в путешествии главное не географические или исторические достопримечательности. На первом месте для меня спортивная составляющая. Мне интересно преодолеть, пройти, проехать сложный маршрут с многочисленными препятствиями. А то, что при этом я еще увижу места потрясающей красоты, это дополнительный бонус.

Вы были во многих уголках мира. Есть ли место, вернуться в которое вам хотелось бы особенно сильно? Я уже вам говорил о том восторге, который я испытываю, возвращаясь из очередной поездки. Но есть несколько мест, которые, что называется, не обсуждаются. Главное, конечно, это моя родина – Одесса. Я там родился и до сих пор этот город остается для меня главной точкой на карте мира. Уже около двадцати лет я живу в Подмосковье. Для меня очень дорого и важно это место. И куда бы я ни приехал, через несколько дней я уже хочу назад в Московскую область, в свой дом в поселке Жаворонки. К бесконечно любимому мною русскому лесу.

Одесса, в которой вы родились и выросли, – литературный город. Она дала нашей литературе Бабеля, Ильфа, Петрова, Катаева, Олешу, Багрицкого. Ощущаете ли вы преемственность? Я счастлив, что родился в этом городе и считаю Одессу одной из культурных столиц мира. Правда, мне очень жаль, что культура Одессы сегодня находится в несколько запущенном состоянии. Особенно одесские театры, которые во времена моей молодости блистали своими режиссерами. Сейчас эти театры блистают директорами. Тем не менее я что-то пытаюсь сделать для своего города, вместе с одесским руководством мы пытаемся создать Одесский театр, то есть театр, который будет ставить спектакли только по произведениям одесской литературы. Это не так просто, нужно реставрировать здание театра, решить еще целый ряд проблем.

ДВА В ОДНОМ



>>> В путешествиях для меня важна спортивная составляющая. Мне интересно преодолеть, пройти, проехать сложный маршрут с многочисленными препятствиями. То, что при этом я еще увижу места потрясающей красоты, это дополнительный бонус.

КВАДРО-ЭКСТРИМ



>>> Поехав впервые на квадроцикле, я взлетел на какой-то пригорок и увидел, что мне навстречу движется Чубайс. Казалось, что столкновение неизбежно. Чубайс каким-то невероятным рывком меня обошел, а я неожиданно оказался на очень крутом спуске и понял, что это конец. Впереди зияла большая яма...

Способ заработка или наркотик?

Кто такие трудоголики? Это люди, которые в стремлении реализовать себя через работу, попадают в зависимость от нее

РУБРИКУ ВЕДЕТ ПСИХОЛОГ АНАСТАСИЯ МАРТЫНОВА

»»» Получив однажды удовольствие после отлично выполненной работы, человек «подсаживается» на это состояние и без него чувствует дискомфорт. Так же, как, например, алкоголь, трудоголизм вызывает привыкание и постепенно становится стилем жизни. А потом он может перейти в стадию «выгорания» и привести к краху профессиональной деятельности и потере здоровья. Удовольствие трудоголик получает также от ощущения, что он нужен, полезен, незаменим для окружающих, от ощущения власти, которое обеспечивают ему его профессиональные навыки, должность или заработанные деньги. Однако не каждый, кто много и упорно работает, является трудоголиком.

ТРУДОГОЛИК ЛИ ВЫ?

Ответьте на предлагаемые вопросы «да» или «нет»

1. Вы часто сталкиваетесь с необходимостью взять работу на дом?
2. Ваши домашние уверены, что работа для вас значит не меньше, а то и больше, чем семья?
3. Вы относитесь к тем людям, кто «горит» на работе? У вас есть склонность к трудоголизму?
4. Вы можете с гордостью про себя сказать: «Если бы не работа, я бы не стал тем, кем стал»?
5. Вы часто приезжаете на работу пораньше, задерживаетесь, работаете по выходным?
6. Ваш отпуск больше похож на удаленное рабочее место: вы не отключаете связь, читаете почту, отвечаете на рабочие звонки по мобильному?
7. Вы замечаете, что часто меняете свои планы в пользу работы и в ущерб личной жизни?
8. На работе люди вам кажутся более понятными, чем в прочей жизни, вы чувствуете себя с ними уверенно?
9. Вам нередко случалось заработать и не успеть поест в течение дня?
10. Когда вы встречаетесь с приятелями в компании, вы большую часть времени говорите о работе?
11. Вы недовольны сослуживцами, которые норовят отказываться от работы, аргументируя это тем, что дома есть дела поважнее?
12. Оказавшись в ситуации бездеятельности, вы чувствуете тревогу и раздражение?
13. Выбирая работу, вы в первую очередь думаете о ее содержании, а во вторую – об условиях деятельности?
14. Вас беспокоит мысль о вынужденной праздности – длительном отпуске, выходе на пенсию?

1 Если вы ответили «да» более чем на 10 вопросов, то... Поздравляем, вы – трудоголик

Главное в вашем образе жизни – работа. Вы поддерживаете отношения исключительно с коллегами. Постоянно заняты, у вас не хватает времени на личные дела. Да это для вас и не так важно. Вы готовы отказаться от отпуска, а близкие часто не видят вас по выходным. Вы стали рабом своей работы, и испытываете беспокойство и напряжение в отсутствие рабочей нагрузки. Ваши кумиры в бизнесе или творчестве наверняка были трудоголиками, ведь без усилий они бы не смогли достичь выдающихся результатов. Но не упускайте существенный момент: каждый из них видел перед собой ясную цель, на достижение которой были

направлены его усилия. Если же вы не можете дать четкого ответа на вопрос, в чем состоит ваша личная цель, вам стоит взять паузу и оглядеться вокруг. Не жертвуете ли вы слишком многим? Не рискуете ли остаться без семьи и настоящих друзей? Но даже если ваша цель, сверхзадача поставлена, то и это не повод отказываться от радостей жизни. Попробуйте разбить путь к ней на этапы. Достигнув очередного, делайте перерыв – путешествия, новые встречи, подарки близким людям. Очень возможно, что ваша жизнь станет более радостной и насыщенной без всякого вреда для карьеры.

2 Если вы ответили «да» от 5 до 9 раз, то... Вы – активный труженик

Работа для вас – главный способ самореализации и источник удовольствия. Вы готовы посвящать работе многие часы своей жизни. Вместе с тем вы не отказываетесь и от других жизненных радостей. Отпускное время вы цените так же, как и рабочее, в вашей жизни присутствует баланс между работой и жизнью. Вероятно, в глазах коллег вы гармоничный и приятный в общении человек, но ваш ритм жизни вызывает легкую зависть. Стремление к «золотой середине» может быть неправильно понято – проигнорировав трудовой аврал в ночь или в выходные, вы можете прослыть эгоистом, на которого нельзя положиться. И даже ссылка на назначенное загодя свидание не сможет вас оправдать, но не потому, что ваши коллеги черствые зануды, мечтающие вас подсадить. Скорее всего, они тоже хотят жить полной жизнью, но им не хватает вашей жизненной силы и драйва. Попробуйте разделить с окружающими многообразие ваших жизненных интересов, вовлечь их и тем самым заслужить авторитет неформального лидера. Вот увидите, результат не заставит себя ждать.

3 Если вы ответила «да» от 0 до 4 раз, то... Вы – независимый (равнодушный) тактик

Вы не относите работу к числу главных жизненных приоритетов. Если и случаются трудовые авралы, они вызваны обстоятельствами или требованиями работодателя. Вы стараетесь избегать ситуаций, когда вынуждены проводить на работе слишком много времени. Возможно, однажды вы пожалеете о том, что в свое время работали вполсилы и не сделали карьеру. Попробуйте прислушаться к себе: скорее всего, ваша работа не вызывает у вас восторга, а отсутствие живого интереса снижает мотивацию. Может, стоит поискать то, что вас действительно «заводит», и преуспеть в этой области?



WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

ВПЕРВЫЕ!
20 ГОРОДОВ

ОСЕННЯЯ СЕРИЯ – 2012

24 – 28 сентября

Самара – Тольятти ^{NEW} – **Казань – Уфа – Пермь** – **Нижний Новгород**

Поволжье и Урал. Более 1000 региональных агентств-посетителей

1 – 5 октября

Волгоград – Ростов-на-Дону – Краснодар – Ставрополь – Пятигорск ^{NEW}

Лучшее деловое мероприятие на Юге России

9 – 12 октября

Сургут – Тюмень – Челябинск – Магнитогорск ^{NEW}

Эффективные деловые встречи на Урале и в Западной Сибири

22 – 25 октября

Мурманск – Архангельск – Калининград ^{NEW}

Налаживаем агентскую сеть на Северо-Западе России

30 – 31 октября

Алма-Ата – Астана

Единственный профессиональный workshop в Казахстане

- **Стоимость участия в workshop:**
один город – 14 тыс. руб., в Алма-Ате и Астане – 16 тыс. руб.
Стоимость семинаров:
20 мин. – 4 тыс. руб., 30 мин. – 6 тыс. руб., 40 мин. – 8 тыс. руб.
Стоимость пакетов обслуживания:
от 5 тыс. руб. в одном городе, включая трансферы и проживание.

- **Дополнительно предлагаем:**
- доставку материалов в города проведения workshop;
- размещение рекламы в каталогах workshop;
- заочное участие в workshop;
- индивидуальные презентации;
для компаний в городах России и СНГ.

Организаторы оставляют за собой право вносить коррективы в сроки проведения мероприятий за полтора месяца до проведения.

Организатор: Журнал «Турбизнес»

Турбизнес
Travel Trade Russia

Финляндия – СТРАНА-ПАРТНЕР WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»



→ **Отдел workshop «Турбизнес»**

Людмила Сивова, Виктория Кудряшова, Алевтина Корева, Кристина Сивова
Дополнительная информация: (495) 723-72-72
workshop@tourbus.ru, www.tourbus.ru

WORKSHOP
т у р б и з н е с

РАСТВОРИСЬ В БЕЗМЯТЕЖНОСТИ...

ПАМУККАЛЕ

в переводе с турецкого «хлопковый замок» – уникальная жемчужина мирового наследия. Каскадные бассейны, сотворенные горячими минеральными источниками, на протяжении тысячелетий служили естественным спа для многих цивилизаций.



Реклама

go turkey.com
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОСЛАЛ ТУРИИ

ISTANBUL
SHOPPING
9-17 MAYIS 2012

A STAR ALLIANCE MEMBER

TURKISH AIRLINES



turkishairlines.com

Турция
открыта каждому

Ждем в гости