

Турбизнес

Travel Trade Russia

12+



РЫНОК ИДЁТ ВВЕРХ

ВЫЕЗД ПОСТАВЛЕН
НА ПАУЗУ

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»
50-Й СЕЗОН

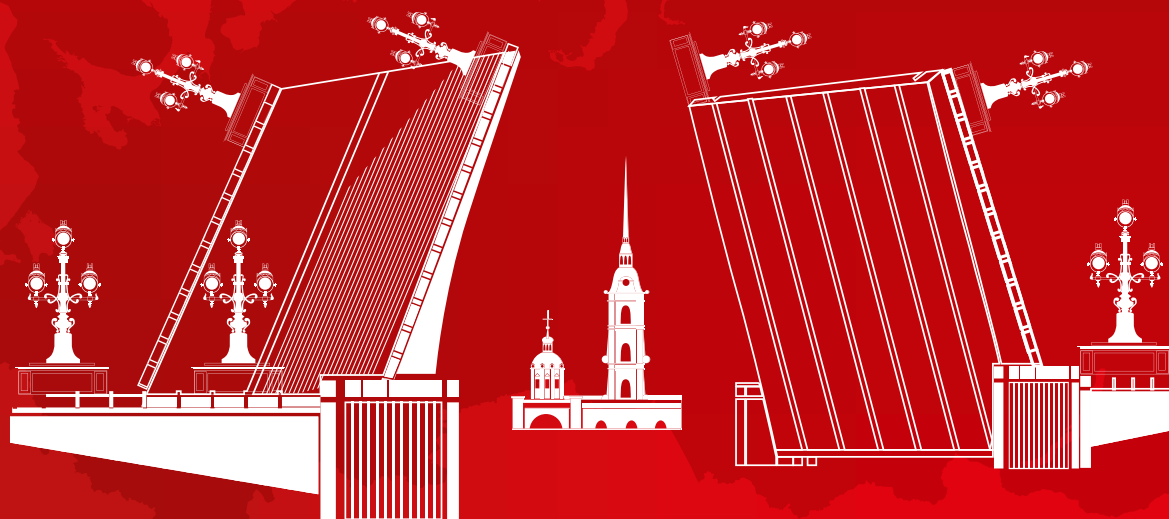


XIV ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАГРАДА
В ОБЛАСТИ БИЗНЕС-ТУРИЗМА И MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

14 ДЕКАБРЯ 2023
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

15 номинаций
Новые номинации
от партнеров премии

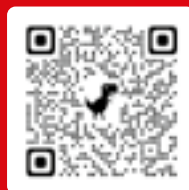


Всероссийский
ДЕНЬ MICE

MICE КАРТА
РОССИИ

- miceday.ru • @miceday2023
- mice-award.ru • @miceaward
- @miceacademy

Голосование до 30 сентября
на сайте mice-award.ru



mice-award.ru



miceday.ru



micemap.ru

Дополнительная информация: Лариса Тарасюк • L.tarasyuk@tourbus.ru • +7 (495) 723-72-72

ОРГАНИЗАТОР



Турбизнес
МЕДИАКОМПАНИЯ «ТРУ»

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



РЕГИОН-ПАРТНЕР



ГОРОД-ПАРТНЕР



МЕДИА ПАРТНЕР



Выпускающий редактор: Иван Калашников
Редактор Элеонора Арефьева
Корреспонденты: Михаил Шугаев
Татьяна Бутурлина
Корректор: Марина Мартынова
Художник: Нелли Филимонова
Фотографии: «Турбизнес»
Официальный туристский портал VISIT-PETERSBURG.RU,
Офис по туризму Китая
Редакция журнала «Турбизнес»
Адрес редакции: Тихвинский пер., д. 11, стр. 2
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32
Тел./факс: (495) 723-72-72
Интернет: www.tourbus.ru

Отпечатано в России
Тираж 10 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации от 21.04.20.02.1998.

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

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

Турбизнес

МЕДИАХОЛДИНГ • с 1997 г.

Генеральный директор Иван Калашников
ИД «Турбизнес» i.kalashnikov@tourbus.ru
Директор по рекламе Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru
Отдел информации и распространения Лариса Лаврова
l.lavrova@tourbus.ru
Отдел workshop
Руководитель Людмила Сивова
L.sivova@tourbus.ru
Виктория Перова
Елена Архипова
workshop@tourbus.ru
Отдел ТБ-Events Лариса Тарасюк
l.tarasyuk@tourbus.ru

Портал www.tourbus.ru
Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru

BUSINESS TRAVEL

БЕЛОРУССКАЯ АССОЦИАЦИЯ ТУРИЗМА

Онлайн-редактор Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru

Destinations

ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

Турбизнес

на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

В НОМЕРЕ

2 СОБЫТИЯ

- Что поручил президент
- Интуристам доступна карта «Мир»
- Электронным визам сказали: да!
- Безвизовый обмен с Китаем работает
- Владимир Трач — глава департамента Минэкономразвития
- «Имеретинский» = «Альфа Сириус»

4 ТУРОПЕРАТОРЫ

- Фингарантии оставят на минимуме
- «ВЕДИ Групп» ушел с рынка
- Wildberries занялась туризмом
- Apex рассказал о зимних планах
- «Арт-Тур» отпраздновал новоселье
- НДС отменяется

7 ЛЕТО-2023: ИТОГИ

- ТОП-8 направлений летнего сезона-2023
- Внутренний туризм. Ждали большего роста
- Спрос на выезд отложен
- Лайнеров больше, чем туристов

12 СТАТИСТИКА

- Въездной поток растет, но это крохи
- Выезд: большие перемены

14 ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ

- В тур на завод. ТОП-предприятий промышленного туризма

16 ПАТРИОТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

- Смоленская, Калужская, Архангельская области, Республика Мордовия

18 WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС». 50-Й СЕЗОН

20 ЗАКОН

- Электронная путевка: что должен знать турагент



С.18

22 MICE & BUSINESS TRAVEL

- «Демлинк». MICE-клиенты выбирают Россию
- MICE Award 2023 продвигает новые тренды

24 ТУРОПЕРАТОРЫ

- Средний класс поставил выезд на паузу
- 31-е лето «Арт-Тура» оказалось успешным

28 ДНЕВНИК ТУРАГЕНТА

- Неделя на одном дыхании

30 ГОСТИНИЦЫ

- Отели пока не хватает гостей
- В Петербурге появился необычный отель

32 ТРАНСПОРТ

- Авиарынок надеется на рост

33 РЫНКИ

- Турция стала дорогой
- Куба. Русским у нас рады!

36 ТЕХНОЛОГИИ

- Стартапы делают отели умнее

39 ВИП-КЛИЕНТ

- Полина ГАГАРИНА: «Не могу жить без путешествий»



С.35

Что поручил президент

Президент России Владимир Путин по итогам совещания по развитию туризма в Дербенте дал ряд поручений правительству



Во-первых, это возможность для регионов вводить курортный сбор.

С 2017 года в России действует закон об экспериментальном введении курортного сбора в Крыму, Алтайском, Ставропольском и Краснодарском краях.

В ноябре 2022 года Госдума приняла закон, продлевающий его действие до 31 декабря 2024 года. По закону в зону эксперимента вошли курорты Санкт-Петербурга и федеральная территория «Сириус» (Краснодарский край).

Президент также поручил привести в нормативное состояние санатории Кавминвод. Имеется в виду прежде всего стимулирование частных инвестиций в ремонт, реконструкцию санаториев, которые находятся в федеральной собственности.

Ранее министр экономического развития Максим Решетников предложил передать часть требующих ремонта санаториев Кавминвод в частные руки. По его словам, из 124 санаториев в регионе таких 40%. По оценке властей Ставропольского края, для приведения их в порядок нужно 50 млрд рублей, а таких денег в бюджете нет. Президент поддержал предложение, но призвал действовать аккуратно в вопросе передачи санаториев частным инвесторам.

Интуристам доступна карта «Мир»

Закон, разрешающий иностранцам удаленно открывать карты «Мир», подписан президентом

С помощью электронной карты турист сможет бронировать тур, а прибыв в Россию — совершать покупки. Юридические лица также смогут удаленно открывать в России банковские счета. Как пояснил основатель юридического агентства «Персона Грата» Георгий Мохов, закон предусматривает создание механизма, позволяющего проводить удаленную идентификацию иностранного клиента, которая может быть осуществлена иностранным банком по поручению российской финансовой организации.

«При этом Федеральным законом предусматривается, что операция на сумму свыше определенного размера, совершаемая по поручению иностранного гражданина или иностранного юридического лица, подлежит обязательному контролю», — отметил Георгий Мохов. Так, для физических лиц установлен «бесконтрольный» лимит в 50 тыс. руб.

«Запуск электронной карты для иностранных туристов — это очень важная мера. Она способна кардинально улучшить ситуацию с въездным туризмом в стране», — отметил президент Российского союза туриндустрии (РСТ) Илья Уманский.



Вопрос месяца

ПРОДОЛЖАТСЯ ЛИ БАНКРОТСТВА ТУРОПЕРАТОРОВ ПОСЛЕ ЗАКРЫТИЯ КОМПАНИИ «ВЕДИ ТУР»??

Нет, это был единичный случай	33,3%
Да, но только на выездном рынке	38,1%
Да, на выездном и внутреннем рынках	23,8%
Да, но будут разоряться только небольшие компании	4,8%

Источник: опрос на сайте tourbus.ru



Электронным визам: да!

Возможность оформить электронную визу в Россию появилась у граждан 55 государств

Иностранные туристы с 1 августа смогут приезжать в Россию по однократной электронной визе, также ее смогут оформить деловые путешественники, участники научных, культурных, общественно-политических, экономических, спортивных мероприятий.

Виза дает иностранному гражданину право находиться на территории России до 16 суток.

Благодаря нововведению процедура оформления для иностранных туристов станет проще и в 3–4 раза дешевле.

Владимир Трач — глава департамента Минэкономразвития

Новым директором департамента реализации проектов в сфере туристской деятельности назначен Владимир Трач

Как уточняется, до этого назначения 35-летний Владимир Трач был заместителем директора департамента социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа в том же министерстве.

В задачи департамента реализации проектов в сфере туризма входит выработка и реализация государственной политики и нормативно-правового регулирования, координация работы приоритетных направлений госрегулирования туристской деятельности и госнадзор за деятельностью туроператоров.

Вторым департаментом Минэкономразвития — по развитию туризма — руководит Алимбек Хидзев, временно исполняющий обязанности директора после того, как с этого поста ушла Татьяна Шаршавицкая.

Безвизовый обмен с Китаем работает

Организованные туристы в группе от пяти до 50 человек могут теперь посещать соседнюю страну без получения визы

Групповые туристические поездки в рамках соглашения о безвизовых туристических обменах с Китаем возобновились с 1 августа.

Соглашение о безвизовых групповых турпоездках было подписано правительствами Китая и России в феврале 2000 года. По нему организованные туристы в группе от пяти до 50 человек могут посещать соседнюю страну без получения визы и находиться там до 15 дней.

Действие соглашения было приостановлено в январе 2021 года из-за пандемии и возобновлено 20 февраля 2023 года.

Как напоминают в ведомстве, в июле 2023 года состоялся финальный обмен списками туроператоров, имеющих право отправлять и принимать туристов безвизовых групп.

Запуск безвизовых групповых туристических поездок в Китай приведет к росту числа поездок в республику, однако ажиотажного спроса не будет, поскольку высокий сезон для путешествий в КНР близится к концу, сообщил председатель Совета ассоциации «Мир без границ», генеральный директор компании «Ретро-Туризм» Александр Львов.



«Имеретинский» = «Альфа Сириус»

Известный сочинский гостиничный комплекс вновь открылся под новым именем

1 августа состоялось открытие крупнейшего на сочинском побережье гостиничного комплекса «Альфа Сириус» в составе сети Sirius Hotels. «Хорошо знакомые всем отель 4* и кварталы апартаментов, которые расположены в Имеретинской бухте, уже успели завоевать любовь своих гостей и теперь рады встречать их под новым именем», — отмечают в компании.

«Имеретинский» прекратил работу в начале февраля. Причина закрытия комплекса, по информации прессы, в том, что принадлежащий структурам Олега Дерипаски гостиничный оператор потерял право распоряжаться землей из-за нецелевого использования. Новым владельцем комплекса стала новая федеральная территория «Сириус».

Ранее, 25 марта 2020 года, на сессии законодательного собрания Краснодарского края было принято решение о создании нового муниципального образования «Сириус» на территории Имеретинской низменности. «Сириус» официально стал 45-м отдельным муниципалитетом края, отделившись таким образом от Сочи. В прошлом году Госдума приняла закон о том, что строительство на этой федеральной территории будет регулироваться актами самого «Сириуса», а не Краснодарского края.

Комплекс включает отель «Альфа» 4* на 196 номеров и более тысячи апартаментов в четырех кварталах — Морском, Заповедном, Парковом и Прибрежном.



Фингарантии оставят на минимуме

Льготы на финансовое обеспечение туроператоров будут действовать до мая 2024 года

Действующий размер минимальной финансовой ответственности туроператоров в сфере выездного туризма (10 млн рублей) будет продлен до 30 апреля 2024 года. Продление касается как действующих туркомпаний, так и тех, которые были исключены из единого федерального реестра за отсутствие гарантий.

Проект постановления правительства РФ «О внесении изменений в приложение № 6 к постановлению правительства РФ от 12 марта 2022 года № 353» опубликован на официальном правовом портале. Льготы на финансовое обеспечение должны были действовать до 31 октября 2023 года, сейчас они продлеваются до конца апреля 2024-го.

С 1 мая 2024 года по 30 апреля 2025 года размер минимальной финансовой ответственности туроператоров в сфере выездного туризма должен быть уже не менее 25 млн рублей. Исключение составят туроператоры, у которых число туристов за предыдущий год не более 10 тыс. человек включительно, а общая цена турпродукта не превысит 40 млн рублей.

«Это вынужденная мера, потому что туроператорам все труднее получить фингарантии. Страховые компании отказываются их оформлять из-за величины суммы и высоких рисков. Если страховка по внутреннему туризму оформляется на 500 тысяч рублей, то для операторов по выезду она составляет 10 млн, а для тех, кто только начинает свою деятельность — 50 млн. Такое требование можно назвать запретительным, учитывая финансовую затратность и в целом невозможность его выполнить», — считает глава правового комитета РСТ Георгий Мохов.

Wildberries занялась туризмом

Компания Wildberries объявила о запуске собственного туристического сервиса

Теперь на популярной платформе можно приобрести путевку по России или за границу и забронировать отель.

На данный момент, утверждают в компании, предлагаются туры от туроператоров и агрегаторов. В дальнейшем Wildberries планирует расширить сотрудничество с индивидуальными предпринимателями и самозанятыми в сфере туризма. На платформе сегодня можно найти туры от таких туроператоров, как ANEX, Pegas Touristik, Sunmar, Coral Travel, «Интурист», ICS Travel Group, TEZ Tour, Fun&Sun, Алеан и др.

У компании нет прямой интеграции с операторами — туры просто «подтягиваются» с других партнерских сайтов — существующих онлайн-агрегаторов туров.

Компания Wildberries, судя по открытым данным и поиску в ЕФРТ, не состоит в реестре туроператоров.



«ВЕДИ Групп» ушел с рынка

Задолженность компании перед туристами составляет 80 млн рублей

Один из старейших российских туроператоров «ВЕДИ Групп» 13 июля сообщил о прекращении операторской деятельности. Причина — невозможность исполнять обязательства по договорам.

Под брендом туроператора работали три юрлица: компании «Веди Групп» и «Веди Клуб» вели деятельность в сфере внутреннего туризма, «Веди Групп Урал» — в сфере выездного туризма. Все они прекращают свою деятельность. Размер фингарантии у первых двух — по 500 тыс. рублей, у третьей компании — 10 млн рублей.

Страховщик всех компаний — АО «АльфаСтрахование». Всего на момент приостановки деятельности проданы туры 1315 туристам.

Общий объем задолженностей туроператора составляет более 80 млн рублей. Туристы смогут получить в виде компенсации за отмененные туры лишь часть уплаченных средств.

Апех рассказал о зимних планах

Туроператор планирует летать из 12 городов в Египет, из 10 городов в Таиланд и из четырех — на Шри-Ланку

В зимнем сезоне туроператор запускает чартеры на египетские курорты Хургада и Шарм-эль-Шейх из 12 городов России.

«Программа полетов в Хургаду и Шарм-эль-Шейх будет выполняться с конца октября до начала апреля. Рейсы на оба курорта будут летать из девяти городов — Москвы, Санкт-Петербурга, Самары, Уфы, Нижнего Новгорода, Казани, Екатеринбурга, Перми, Сочи и Минеральных Вод. Из Новосибирска можно будет отправиться прямым рейсом только в Хургаду, а из Челябинска — только в Шарм-эль-Шейх», — пояснили в компании.

«Как показывают наши данные бронирования зимних туров по всем регионам России, наиболее востребованными зарубежными направлениями отдыха россиян станут Таиланд, ОАЭ, Египет и Шри-Ланка. Судя по продажам прошлого года, в первую пятерку может также войти Турция, прежде считавшаяся традиционно летним направлением», — отмечают в пресс-службе оператора.



«Арт-Тур» отпраздновал новоселье

Компания провела ежегодное мероприятие для своих лучших агентов

21 июня компания «Арт-Тур» провела ежегодное мероприятие для своих лучших агентов. Вечеринка прошла в ритме джаза и это не случайно — туроператор пригласил своих партнеров и друзей в новый собственный просторный офис в центре Москвы (Суцеский Вал, 49) в бизнес-центре с говорящим названием JAZZ, что и задавало настроение всему вечеру.

Мероприятие прошло на собственной большой террасе компании с панорамным видом на столицу при участии звезд российского джаза.

Гостями вечера стали более 200 человек, включая директоров лучших московских и региональных агентств, представителей отелей, офисов по туризму и авиакомпаний. Официальная часть мероприятия — это подведение итогов и награждение лучших агентов по условиям акции «Золотая лихорадка». На вечер были приглашены ТОП-50 лидеров продаж.

Все без исключения участники испытали свою удачу в беспроигрышной лотерее и получили подарки от партнеров: ваучеры на проживание или авиабилеты в дополнение к дипломам и сертификатам на оплату любого рекламного тура «Арт-Тур». Вечер получился очень теплый и дружеский!



НДС отменяется

Президент подписал закон, освобождающий от НДС туроператоров по внутреннему и въездному туризму

Как следует из документа, с 1 июля 2023 года от обложения налогом на добавленную стоимость освобождаются операции по реализации организацией, осуществляющей туроператорскую деятельность, туристского продукта в сфере внутреннего туризма и (или) въездного туризма. По оценкам Минфина, освобождение от уплаты НДС обеспечит отрасли 4,2 млрд рублей.

Ранее АТОР сообщили, что эта мера может привести к снижению стоимости отдыха по России для внутренних туристов на 5–10%.

Как считают в Российском союзе туриндустрии (РСТ), это может снизить цены на организованные путешествия по России на 8–10%. «Мы рады, что настойчивые усилия нашего союза по отмене НДС для внутренних и въездных туроператоров были оценены в правительстве и увенчались успехом. На протяжении многих лет РСТ поднимал эту тему, но особенно остро она встала в тот момент, когда от НДС в прошлом году освободили гостиницы, кемпинги, турбазы и другие средства размещения», — цитирует пресс-служба РСТ его президента Илью Уманского.





Ждали большего роста

Туризм по России вырос, но не так существенно, как ожидали. Что пошло не так? Какие факторы повлияли на ход сезона? На эти и другие вопросы корреспондента ТБ отвечает **Сергей РОМАШКИН**, глава туроператора «Дельфин».

Каковы предварительные итоги летнего сезона на рынке внутреннего туризма?
Мы отмечаем, что внутренний турпоток вырос с начала года на 5-6%, при этом ряд регионов (Анапа, Калининград) показали более существенный рост — до 15%.

Результат в плюс 5-6% можно считать некоторым разочарованием для туроператоров, поскольку в 1 квартале 2023 года мы росли по продажам на 25-30%. Но удержать этот рост не удалось, настроение туристов внезапно изменилось, итоговые цифры получились скромнее.

Составьте ваш рейтинг российских курортов в сезоне лето-2023? Какие направления показали положительную, а какие отрицательную динамику?

Регионы — лидеры по турпоток: Краснодарский край, Санкт-Петербург, Москва, Крым. Лидеры по приросту туристов: Дагестан +16%, Анапа +15%, Калининград+11, Кавминводы +8%.

Отрицательную динамику продемонстрировали Крым -25%, Камчатка -11% и Золотое кольцо -4%.

Я бы отметил растущий интерес к теме глэмпингов, вне зависимости от региона, а также растущий поток автотуристов в целом по России.

Какие факторы больше всего влияли на ситуацию на рынке?

Больше всего на спросе сказались рост цен на отдых и авиабилеты, дефицит ж/д билетов, не очень теплая погода в июне — это очень важно для пляжных направлений. А также наводнения в Сочи и Туапсинском районе, атака на Крымский мост.

Вероятно, на наш рынок повлияла и ситуация на выездных направлениях, но это влияние очень слабое, туристы редко меняют зарубежные направления на российские.

Можете оценить долю продаж туров по России у среднестатистического российского турагентства?

Продажи у агентов в Москве и в регионах существенно отличаются. Это зависит не только от квалификации турагента, но и от того, например, есть ли из города полеты в Турцию, Таиланд и т.п. Если нет, то, конечно, больше

шансов, что турист из данного города выберет российские направления.

В среднем московском турагентстве 25% продаж — это Россия, 75% — выезд. У региональных турагентов доля России 65%, доля выезда 35%.

Стали ли туристы больше ездить самостоятельно, не прибегая к помощи агентов и туроператоров, тем более по России?

Это вопрос из серии вечных. Я занимаюсь внутренним туризмом 30 лет, и все эти годы мне задают вопрос: а зачем мне нужен туроператор по России, если мы можем поехать сами? Конечно, можете! Наши туристы прекрасно знают нашу страну и ориентируются в покупке авиабилетов и железнодорожных билетов. Если им нужен только отель, и они его знают, то сами едут туда и не один раз. Если же нужен выбор из нескольких или даже многих отелей (десяти, например), то тут на помощь приходят операторские системы, которые в данный момент близки в чем-то к системе бронирования отелей.

Все больше операторов продают только отели, это связано и с тем, что по России сейчас существует некий профицит авиаперевозки. Мы не видим необходимости ставить чартерные рейсы, так как сейчас можно улететь практически в любой город России в любой день. А вопрос цены — это вопрос цены. Если вам нужен простой турпродукт, состоящий из одной услуги, то вы можете действовать самостоятельно. Если же вам нужен сложный тур на Камчатку, то, к сожалению или к счастью, без турбизнеса обойтись не получится. Если вы прилетите самостоятельно в Петропавловск-Камчатский и поселитесь в отеле, который сами же забронировали, то на этом поездка не закончится, а только начнется. Вам нужны гиды, проводники, специальный транспорт для бездорожья, нужен вертолет для полетов в Долину гейзеров. Сложные экспедиционные туры, активные туры со множеством внутренних препятствий невозможно организовать без турбизнеса.

В разные годы доля организованного рынка меняется. Сейчас, по моим оценкам, 40% — это организованный туризм, 60% — самостоятельный. Туристов хватит на всех, рынок растет как в части организованных туров, так и в части самостоятельных поездок. **ТБ**

ТОП-8 направлений летнего сезона-2023

ТБ подводит предварительные итоги летнего сезона и первого полугодия и традиционно дает прогнозы на 2023 год в целом.



ТУРЦИЯ

В первом полугодии Турцию со всеми целями посетили, по данным Погранслужбы РФ, 2,3 млн россиян. По информации РСТ, этим летом полеты в Турцию выполнялись из 22 городов России в семь городов Турции. Турпоток в страну мог бы быть заметно выше, если бы не резкий рост стоимости размещения в начале сезона и падение курса рубля.

В прошлом году в Турции побывали около 5,2 млн российских туристов. В начале сезона турецкие власти рассчитывали на 6-7 млн гостей из России по итогам этого года, однако уже очевидно, что такой показатель недостижим.



ОАЭ

В прошедшем летнем сезоне ОАЭ вышли на второе место по популярности у наших туристов после Турции, опередив Египет. Ежедневно в страну летало из РФ около 700 рейсов, а размещение в ОАЭ в гостинице 5* по системе «все включено» было на 20-30% дешевле, чем аналогичный отдых в Турции.

Турпоток из России в ОАЭ в первом полугодии составил 882,7 тыс. человек (+91%). В прошлом году ОАЭ посетил примерно 1,1 млн россиян. По итогам этого года ожидается до 2 млн российских туристов.



ЕГИПЕТ

За первое полугодие Египет посетили 578,6 тыс. россиян, что на 35% больше, чем годом ранее. Власти страны ожидают, что в этом году страну Пирамид посетит около миллиона россиян, а всего в этом году здесь ожидают 15 млн иностранцев.



ТАИЛАНД

По данным тайских властей, с января по июль в Таиланде побывали 856 503 российских туриста. В первом полугодии 2022 года страна приняла всего 30,3 тыс. гостей из России, так что прирост огромный — почти в 30 раз.

По итогам года власти страны планируют принять 1,2 млн россиян.



МАЛЬДИВЫ

Россия стала лидером по турпотоку на Мальдивы в январе-июле, обогнав Индию и Великобританию. С января по июль архипелаг посетили 121,35 тыс. россиян, доля РФ составляет 11,8%. Отметим, что «Аэрофлот» начиная с 1 октября поэтапно увеличит частоту рейсов в столицу архипелага Мале с четырех до десяти в неделю. Власти страны рассчитывают, что до конца года островное государство посетит до 250 тысяч россиян.



СОЧИ

В конце июля Сочи принял четырехмиллионного туриста. Как сообщил РБК, власти региона ожидают, что в 2023 году Сочи готов принять до 8 млн туристов. Рост турпотока по итогам года должен составить 11%. В 2022 году курорт принял 7,2 млн человек.

По оценкам экспертов, в этом сезоне на Краснодарский край приходится 40% организованного турпотока по России. Из них около половины — Большой Сочи, свыше четверти — Анапа, далее Геленджик.



КУБА

Как рассказала Советник по туризму посольства республики Куба в России Кристина Леон Изнага, по количеству туристических прибытий в первом полугодии 2023 года Россия — четвертый по объемам въездной рынок для Кубы. Посольство РФ на Кубе прогнозирует, что по итогам 2023 года Кубу посетит не менее 100 тысяч российских туристов. По данным РСТ, в прошлом году на остров Свободы из России приехало 54,4 тыс. гостей.

Авиакомпания «Россия» (входит в группу «Аэрофлот») с пятого сентября увеличит частоту рейсов из Москвы на курорт Варадеро с 2 до 3 раз в неделю. Кроме того, с конца декабря планируется запустить рейсы «Аэрофлота» в столицу Кубы — Гавану.



КРЫМ

Снижение турпотока в Крым туроператоры оценивают в 35-45% по сравнению с показателями лета 2022 года. Причина — отсутствие авиасообщения, сложности с покупкой железнодорожных билетов и вопросы безопасности отдыха. По официальным данным, в 2021 году полуостров посетили 9,5 млн туристов, в прошлом — 6,5 млн, в этом ожидается до 4 млн. Как отмечают эксперты, сезон 2023-го, наверное, худший за всю историю Крыма, продажи упали на 80% по сравнению с 2021 годом.

Спрос на выезд отложен

Летний сезон даже для топовых выездных направлений в этом году не слишком задался. Почему? Что будет дальше? Об этом рассуждает **Сергей АГАФОНОВ**, генеральный директор сети «Магазины горящих путевок».



Каковы предварительные итоги летнего сезона в целом для агентского бизнеса?
Подводя предварительные итоги этого летнего сезона, можно сказать, что сезон был странный. Странный с точки зрения спроса в первую очередь. Спрос не был ни взрывообразным, ни волнообразным. Он был скорее вялотекущим. Средний чек вырос, но вырос прежде всего за счет изменения курса рубля. Поэтому если отдельно говорить про спрос, то я не могу сказать, что он фонтанировал. Он был достаточно умеренным в этом году.

Какие факторы больше всего влияли на ситуацию на рынке?

Во-первых, это отсутствие глубины продаж. Вообще это пошло сквозняком по всему сезону, и весной, и летом. Это, наверное, один из важнейших факторов.

И, во-вторых, цены по Турции были в этом году неадекватными. Даже несмотря на то, что в какой-то момент цены снизились, все равно весь сезон они были высокими. Это отпугнуло многих туристов. Путешественники летели куда угодно, но только не в свою любимую Турцию, потому что она предлагалась по космическим ценам.

И третий фактор — резкий рост курса доллара к рублю к концу летнего сезона. И это тоже сильно влияет на спрос. Как только курс растет, притом не в течение одного дня, а довольно продолжительное время, спрос и покупки туров замедляются.

Ваш рейтинг зарубежных и российских направлений по итогам сезона? Какие направления показали положительную динамику?

В общем и целом положительную динамику показала все равно Турция. В плане положительного развития заявили о себе и внутрироссийские направления. Стало больше локаций, куда можно поехать помимо солнца, пляжа и моря. Я имею в виду Байкал, Дальний Восток, Калининград, Санкт-Петербург, Золотое кольцо. Мы видим, что в этом году эти туры пользовались большим спросом, чем год назад. Так что не могу не отметить эту динамику.

Я думаю, будет интересно взглянуть на наш индекс «Горящих». Основываясь на достоверных данных о продажах туров агентствами сети, мы предлагаем индекс, отражающий активность на туристическом рынке России. Показатель формируется из среднего количества туров, проданных

агентством Сети МГП за прошедшие две недели, учитывает продолжительность поездки и количество туристов, отправившихся на отдых. Так вот, согласно этому индексу, первая пятерка стран по популярности у туристов выглядит так: Турция, Россия, Египет, Таиланд, ОАЭ.

Можно говорить о проседании Турции из-за плохого старта сезона?

Да, конечно, можно об этом говорить однозначно. Я уже упоминал, что высокие цены отпугнули потенциального туриста от Турции. И потом эти цены из-за сезонности начали еще расти в июле и августе и достигли каких-то космических значений. Туристам пришлось принимать другие решения, рассматривать иные страны и направления. Прежде всего это Куба, Таиланд, Египет, Арабские Эмираты. Эти направления зачастую приходили на смену Турции.

В свете укрепления отношений России со странами Африки, Азии, Латинской Америки, можно ли говорить о повороте рынка в этом направлении?

Пока говорить о повороте рынка в сторону этих регионов рано. Сначала должно наладиться регулярное авиасообщение, а затем уже запустятся чартеры. И только тогда эти направления займут достойное место в линейке стран для отдыха среди наших туристов. Это будущее, но пока еще нескорое.

Предлагаемая бизнесу электронная путевка не создаст проблем агентствам? Насколько, на ваш взгляд, она отлажена?

Я думаю, это нововведение обязательно внесет изменения в работу туроператоров и во взаимоотношения туроператоров с турагентами. В глубине души я надеюсь, что есть шанс, что останется прежняя модель взаимодействия между туроператором и агентом.

Что вы ждете от осенне-зимнего сезона?

Что касается осенне-зимнего сезона, то я жду реализации отложенного спроса, который в полной мере так и не реализовался этим летом. **ТЕ**



Лайнеров больше, чем туристов

Летняя навигация для круизных компаний выдалась непростой. Ее особенности с корреспондентом ТБ обсудила **Светлана ГОНЧАРОВА**, директор по развитию круизной компании «Мостурфлот».

Светлана, каковы предварительные итоги летней круизной навигации? Какие особенности нынешнего сезона вы можете отметить?

Перечислю основные моменты, характеризующие навигацию 2023 года. Круизные компании отреагировали на повышенный спрос в 2022 году выведением дополнительных теплоходов в рейсы (ориентировочно 17 теплоходов). Рост количества перевезенных туристов к 2022 году составил примерно 10%, но, увы, не перекрыл увеличившееся предложение рынка за счет дополнительно выведенных теплоходов (около 4 тысяч пассажирских мест).

Провальными можно назвать продажи на круизы по краям сезона 2023 года: апрель, май, начало июня, пока что не радует спрос сентября-октября. В 2022 году именно на этот период круизный рынок был активно поддержан программой кешбэка, серьезная поддержка в низкий сезон в итоге заметно увеличила спрос на круизы.

К началу навигации 2023 года существенно выросла цена на составляющие турпакета: на продукты питания — до 30%, на экскурсионное обслуживание в городах маршрута на 25% (в некоторых случаях до 40%).

Большую тревогу вызывает продолжающийся подъем стоимости топлива. Увеличение отпускных цен началось с середины июля текущей навигации и на сегодняшний день достигает уже 40-50%, что приведет к значительным финансовым потерям круизных компаний.

Большой проблемой в 2023 году стала острая нехватка не только квалифицированных, но и неквалифицированных кадров. Для сохранения качества обслуживания компании вынуждены были нести дополнительные расходы. Все это серьезные вызовы для рынка круизных путешествий.

10%

составил рост количества круизных туристов по сравнению с 2022 годом. При этом провальными стали продажи в начале и в конце навигации

Каков рейтинг самых популярных круизных маршрутов сезона-2023?

Это недельные круизы до восьми дней в любом направлении, путешествия по Волге, маршрут Москва — Санкт-Петербург и обратно, трехдневные круизы на выходные дни. Популярны маршруты по Оке, особенно учитывая ограниченное предложение на этом участке.

Навигация еще не завершена. Можно ли уже сейчас оценить сезон в плане доходности?

Ниже ожидаемого. При этом перечисленные дополнительные финансовые нагрузки уже невозможно учесть в стоимости путевок, так как большая часть их реализована.

Российские туристы компенсировали потери от отсутствия зарубежных туристов?

Только в количественном измерении, с учетом того, что на внутреннем рынке много непродолжительных круизов. В денежном эквиваленте компенсация потерь зарубежных туристов, к сожалению, недостижима, в том числе и из-за более высокой себестоимости круизов в рамках внутреннего туризма. Сказываются особенности построения круизного маршрута для иностранных туристов, в том числе длительные стоянки в Москве и Санкт-Петербурге.

Насколько активен был агентский рынок в плане продаж речных круизов? Что мешает дальнейшей активизации продаж агентствами речных маршрутов?

Агентские продажи остаются примерно на уровне продаж прошлого года.

Ваши прогнозы развития рынка в 2024 году? Можно ожидать схода со стапелей новых отечественных судов?

Круизные компании уже вводят в продажу круизы 2024 года, но какие-либо прогнозы делать преждевременно. Очень много факторов, не зависящих от круизных операторов, будут влиять на развитие рынка в 2024 году. Стоимость топлива, продуктов питания, инфляция (влияние падения курса рубля) и т.д.

Что касается новых теплоходов, то мы ожидаем в ближайшее время ввода в эксплуатацию круизного теплохода PV300VD «Петр Великий». **ТБ**

Въездной поток растет, но это крохи

По сравнению с первым кварталом прошлого года въезд туристов в Россию вырос на 130%. Но общие показатели по-прежнему более чем скромные.

По данным Погранслужбы ФСБ РФ, в первом полугодии 2023 года Россию с туристическими целями посетили 187,8 тыс. иностранцев. Это на 100 тыс. больше, чем в аналогичный период прошлого года (81,5 тыс. туристов), то есть прирост составил 130%. А вот допандемийный показатель демонстрирует, насколько это мало: с января по июнь 2019 года Россия приняла почти 2 млн туристов — в 16,5 раз больше, чем сейчас.

На первом месте по количеству туристических визитов в первом полугодии 2023 года оказался Китай. Всего за шесть месяцев 2023 года китайские туристы совершили 32,3 тыс. визитов в Россию. Для сравнения, в первом полугодии 2019 года из КНР было 592 тыс. визитов. И если до пандемии это были в основном классические экскурсионные туристы, которые приезжали в Россию по безвизовому режиму для туристических групп, то в этом году пока из Китая едут в основном деловые туристы.

На втором месте Турция. За полгода из этой страны приехали 20,6 тыс. Большинство из них, как и в случае с Китаем, привели в Россию деловые цели (просто многие для этого получают туристическую визу).

На третьем месте по турпотоку в первом полугодии 2023 года — Германия (12,5 тыс. визитов). Впрочем, реальный турпоток из этой страны, скорее всего, очень мал. В Россию едут с частными целями, прежде всего, повидать родственников. До пандемии Германия была в топе поставщиков туристов в Россию. В первом полугодии 2019 года в Россию приехали 192,4 тыс. немецких гостей.



16,5 раза уменьшился турпоток в Россию по сравнению с допандемийным 2019 годом. Тогда страну за первое полугодие посетили почти 2 млн иностранных гостей.

На четвертом месте Туркмения (14,1 тыс.). Скорее всего, такие показатели — результат оформления турвиз под обычные частные поездки.

Замыкает ТОП-5 со значительным отставанием от лидера Иран (9,3 тыс. визитов). Потенциально это очень важная для российского рынка страна. Рост турпотока эксперты прогнозируют после введения безвизового режима для туристических групп. Но пока временные рамки введения безвиза для Ирана остаются размытыми.

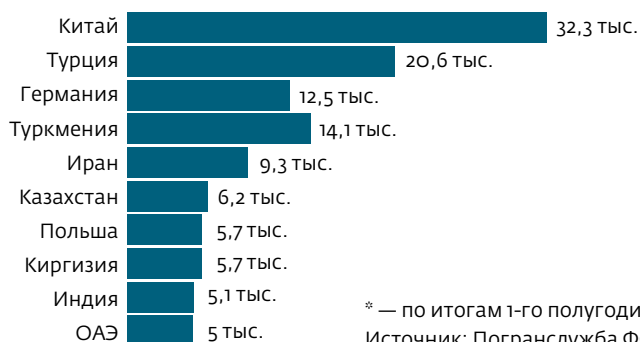
В ТОП-10 по турпотоку в Россию также вошли Казахстан, Польша, Киргизия, Индия и ОАЭ. Из этих пяти стран на данный момент потенциал для российского туризма есть только у Индии и ОАЭ. Туроператоры уже принимают туристов из этих стран. Будет ли рост турпотока — зависит от политической ситуации, решения вопроса с безналичной оплатой товаров и услуг в России.

В основном зарубежные гости въезжают сейчас в Россию с частными и деловыми целями, показывают продажи туров. Такие визиты получают маркировку «туристические» только из-за типа полученной визы.

Групповых туристов немного, но они есть: поставляют их Китай, Индия, Иран, Турция, страны Персидского залива и Юго-Восточная Азия.

Назовем статистику и по визитам иностранцев со всеми целями. Таких поездок (для работы, учебы, с деловыми и частными целями) 7,2 млн. Это на 1,6 млн больше, чем в первом полугодии 2022 года, но почти в 2 раза меньше, чем до пандемии. По итогам первого полугодия 2023 года, ТОП-10 по въезду со всеми целями визита почти целиком состоит из стран т.н. ближнего зарубежья: Узбекистан (1,7 млн визитов), Казахстан (1,4 млн), Таджикистан (1,1 млн), Киргизия (510,9 тыс.), Абхазия (357,5 тыс.), Армения (284,5 тыс.), Китай (263,9 тыс.), Азербайджан (220,7 тыс.), Белоруссия (155,2 тыс.), Монголия (125,9 тыс.). Лишь Китай и Монголия «разбавили» список из бывших советских республик. Рост въездного потока из Средней Азии и Абхазии создают по большей части трудовые мигранты. **15**

ТОП-10 стран по въезду в РФ с целью туризма*



* — по итогам 1-го полугодия 2023 г.
Источник: Погранслужба ФСБ РФ

Выезд: большие перемены

Провал Турции при ее лидерстве, новички в топе и другие интересные наблюдения исходя из статистики зарубежных поездок россиян.

Из России с января по июнь 2023 года было совершено 11,6 млн поездок за рубеж со всеми целями, это на 30% больше, чем за тот же период годом ранее, следует из данных статистики Погранслужбы ФСБ России.

Это же ведомство подсчитало туристические поездки за рубеж: по данным пограничников, здесь более значительный рост — на 78% больше, чем за аналогичный период 2022 года. Общее число таких выездов составило 4,1 млн.

Лидирующим выездным направлением осталась Турция — 1 млн 657 тыс. поездок. При этом нельзя не отметить, что страна недосчиталась российских туристов. Первоочередная причина — высокие цены на старте сезона. Потом началось снижение цен, но их уровень все равно оказался выше, чем ожидали в России.

Второе место занимают Объединенные Арабские Эмираты (678 тыс. поездок) — страна потеснила с этой позиции Египет (третье по популярности направление, 462 тыс. поездок). В пятерку входят Таиланд (423 тыс. поездок) и Армения (более 209 тыс. поездок). При этом Таиланд вплотную приблизился к показателям 2019 года, а Армения перекрыла их в несколько раз. В сравнении с 2019 годом в разы нарастили приток российских гостей и другие страны постсоветского пространства: Армения, Узбекистан, Казахстан, Азербайджан, Киргизия, Таджикистан.

Превосходят допандемийные показатели и такие страны, как Шри-Ланка (66,3 тыс. поездок), Мальдивы (56 тыс. поездок), Куба (50 тыс. поездок), Оман (12,2 тыс. поездок).

Обращает на себя внимание присутствие Шри-Ланки в первой десятке: рост турпотока в эту страну составил 380% — следствие открытия прямого авиасообщения.

11,6 млн поездок

(со всеми целями) за рубеж совершили россияне в первом полугодии 2023 года. Это на 30% больше, чем за тот же период годом ранее. Туристические поездки за рубеж выросли на 78%!



Во второй десятке интересно появление экзотических новичков: это не только Оман, но и Бахрейн (11,1 тыс. поездок).

Китай (28,2 тыс. поездок) с 15 позиции может переместиться существенно выше по итогам года, туризм в страну только стартовал после длительного перерыва.

В топ-20 направлений выезда россиян попала лишь одна европейская страна — Сербия (33,1 тыс. поездок). [15](#)

ТОП-20

стран выезда российских туристов в 1-м полугодии 2023 г.*

Место	Страна	1-е полугодие 2023 г.	1-е полугодие 2022 г.	1-е полугодие 2019 г.
1	Турция	1657,3***	1021,5	2070
2	ОАЭ	678,4	345,5	396,4
3	Египет	462,1	345,7	6,3
4	Таиланд	423,2	26,1	459,6
5	Армения	209,9	105,0	69,9
6	Узбекистан	87,0	39,9	24,8
7	Казахстан	72,5	25,0	33,0
8	Азербайджан	68,9	16,9	45,0
9	Шри-Ланка	66,3	13,8	14,1
10	Мальдивы	56,0	42,7	23,7
11	Куба	50,2	27,9	49,0
12	Индия	40,5	5,9	69,8
13	Сербия	33,1	19,4	31,7
14	Киргизия	29,0	15,9	11,5
15	Китай	28,2	0,122	391,4
16	Катар	27,6	19,1	51,6
17	Израиль	19,4	11,1	119,9
18	Оман	12,2	0	11,6
19	Бахрейн	11,1	5,1	14,0
20	Таджикистан	9,7	5,8	4,3

* — Источник: пограничная служба ФСБ *** — тыс. поездок

В ТУР НА ЗАВОД

ТБ продолжает рассказ о предприятиях, которые пошли по пути промышленного туризма и создали на своей территории интереснейшие объекты показа.

РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ, Сегежа

«Сегежский ЦБК»

Сильная бумага

Невозможна жизнь современного человека без бумаги! А бумажная упаковка? А бумажные трубочки на замену пластику? А милый календарик с символом нового года от мамы? Как много бумаги мы используем в повседневной жизни, и как она важна в быту!

На экскурсии по заводу «Сегежа» туристов знакомят с производством бумаги, которая выдерживает вес взрослого человека, рассказывают о «крафтовой» упаковке и других интересных подробностях рождения такого привычного, но незаменимого материала.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

«Силовые машины»

Здесь рождается энергия

В любой точке России, на тепловой, атомной или гидроэлектростанции, хоть огромной, хоть крошечной, скорее всего, на турбине найдется эмблема Ленинградского Металлического завода. Да и в других странах, даже самых экзотических, нередко встретишь знакомые символы: везде трудятся «сильные машины». Дают свет и тепло, двигают поезда и морские суда, меняют жизнь людей к лучшему. Как их производят – туристы узнают на экскурсии по предприятию.

ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ, Санкт-Петербург

СПб ГБПОУ «Петровский колледж»

Увидеть невидимое

На набережных Петербурга швартуются маленькие и большие суда, так приятно смотреть, как они проплывают по Неве... Но кто и как создает эти суда? И чем отличается судно от корабля? А как ремонтируют эту стальную машину? Чьими стараниями скреплены даже мельчайшие детали? Какую роль в судостроении играют роботы? На все эти вопросы ответят на экскурсии в Петровском колледже.

МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, Пересвет

«Загорский трубный завод»

#ВИДЕЛМЕТАЛЛУРГОВ

В нескольких тысячах километрах от Московской области, за Полярным кругом огромные сваи длиной 70 метров и диаметром 2,5 метра вбивают в грунт северных морей, чтобы построить стену. Именно такая стена служит защитой северных портов от айсбергов и ледяных торосов. А производят эти сваи на Загорском трубном заводе. И не только сваи, но и трубы, по которым течет нефть и поставляется природный газ от месторождений до потребителей. Об увлекательном производстве расскажут на ЗТЗ!

РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Рязань

«Русская пивоваренная компания «Хмелёфф»

Секрет пивоваров Хмелёфф

Интересно узнать, как производится пиво? Экскурсия поможет понять все стадии производства: от выращивания ячменя до пивной пенки. Гости увидят работу оборудования и узнают, какую роль в производстве играют различные ингредиенты и технологии. Во время экскурсии туристам расскажут об истории пива и его разновидностях, познакомят с традициями производства.

Гости приобщатся к культуре пивоварения, узнают, какой труд вкладывается в создание популярного напитка.

ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ,

Платновское

Кабельный завод «ЭКСПЕРТ-КАБЕЛЬ»

Медный путь

Современный мир невозможно представить без электричества, ведь мы используем его каждый день, включаем телевизор, свет, ставим на зарядку телефон. Главным передатчиком электричества является кабель, при этом мало кто задумывается, какой путь проходит медная катанка, чтобы стать кабелем определенного сечения, длины и изоляции. На нашей экскурсии туристы увидят полный производственный цикл, с этапа производства медной катанки до создания кабеля.

РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ,

Петрозаводск

«Амкодор-Онега»

Машины для смелых

Своими глазами увидеть, как огромные лесоборочные машины «танцуют» под управлением опытного оператора? Узнать, за что лесорубы прозвали могучий харвестер «хорьком», а силач-форвардер, способный перевезти трех слонов, получил прозвище «форик»? Выяснить, что такое машкомплект и что общего у водителя харвестера и эколога? Все это возможно на экскурсии по заводу лесозаготовительной техники «Амкодор-Онега», который с 2018 года выпускает машины для российского ЛПК.



РЕСПУБЛИКА КРЫМ,

село Доброе

Фабрика мороженого «Доброе»

Доброе мороженое

Мороженое – удивительный и странный предмет, вот оно есть, и его сразу нет. Это одно из самых популярных лакомств у детей и взрослых. А побывать в сердце фабрики, где производят мороженое, – это как будто ненадолго окунуться в сказку, сладкую прохладную сказку.

**ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ,
Рыбинск**

**«Русская механика»
Проложи свой маршрут**

«Русская механика» является лидером по разработке и производству легкой внедорожной техники в России. Каждый второй снегоход, пересекающий просторы РФ, сделан на Русской механике. Квадроциклы и снегоходы «Русской механики» дарят яркие эмоции, вдохновляют людей на новые маршруты, приходят на помощь людям в суровых условиях, выигрывают гонки на российских и международных соревнованиях. «Русская механика» работает с пониманием, что выпускаемый продукт приносит пользу и удовольствие людям. Гостей ждет родина знаменитого «Бурана», первого русского снегохода.



**ПЕРМСКИЙ КРАЙ,
Краснокамск
Краснокамская фабрика деревянной
игрушки**

Дом деревянной игрушки
«Краснокамская фабрика деревянной игрушки» – производитель качественных экологически чистых деревянных игрушек. Фабрика начала свою историю в марте 1941 года с маленького семейного производства. Сегодня это современное предприятие, которое выпускает развивающие деревянные игрушки: конструкторы, пирамидки, наборы и пособия, логические игры, наборы персонажей сказок, кукольную мебель, кубики



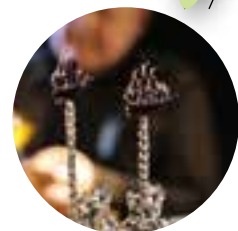
**ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ,
Тобольск
«ЗапСибНефтехим»
Путешествие в мир нефтехимии**

Подняться на смотровую площадку, построенную из полимеров, и увидеть одно из самых крупных нефтехимических предприятий России. Побывать в его центральной операторной и посидеть в капсуле отдыха – такой же, как на космической станции. Узнать, как организована система производства, которая позволяет выпускать 2,5 млн тонн базовых полимеров ежегодно, и увидеть предприятие с высоты птичьего полета. Все это возможно на обзорной экскурсии по производственной площадке компании «ЗапСибНефтехим» – лидера российской нефтехимии.



**ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ,
поселок Богандинский
«Стеклотех»
Честное стекло**

Посетив «Стеклотех», туристы откроют некоторые из тысячи тайн, которые хранит стекло. Экскурсия по предприятию позволит заглянуть в жерло печи, похожей на вулкан, своими глазами увидеть, как за одну минуту из раскаленных капель рождаются тысячи бутылок, как закаляется их поверхность и как из смеси битого стекла, мела, мраморной крошки и соды рождается сияющее волшебство – то самое честное стекло.



**РЕСПУБЛИКА БАШКОРТОСТАН
Благовещенск
«Благовещенский арматурный
завод»
Огонь. Металл. Люди**

Экскурсия «Огонь. Металл. Люди» Благовещенского арматурного завода ОМК (Республика Башкортостан) позволяет гостям не только узнать весь путь изготовления продукции – от конструирования и отливки деталей до сборки и окраски готового изделия, но услышать интересные истории, которые произошли в разные годы на старейшем металлургическом предприятии Башкортостана. Будет возможность сделать на память сувенир своими руками.

**КАМЧАТСКИЙ КРАЙ,
Петропавловск-Камчатский
Музей истории АО
«Океанрыбфлот»
Океан. Рыбы. Флот**

Туристов ждет путешествие в мир морских просторов, легендарных рыбаков и передовых судов, которое оставляет незабываемые впечатления. Музей – это экскурс в прошлое и настоящее российской рыбной промышленности. Гости узнают, как рыболовство стало неотъемлемой частью культуры и экономики Камчатки. Экскурсоводы помогут ощутить мощь океана, почувствовать дыхание соленого ветра и узнать о драматических судьбах рыбаков.

**КАМЧАТСКИЙ КРАЙ,
Петропавловск-Камчатский
Стеклодувная мастерская «Огненное чудо»
Огненное чудо**

Как оживает стекло? Как оно рождается? Узнать об этом, а также увидеть, что процесс изготовления любого стеклянного изделия является очень трудоемким и в некоторых случаях опасным, можно, став гостем стеклодувной мастерской «Огненное чудо». Туристы станут свидетелями того, как рождается удивительный и уникальный продукт.

Предыдущие публикации о предприятиях промышленного туризма в России см. в «ТБ», №4-6, апрель-июнь 2022, №7-9, сентябрь 2022 и №1-3, январь-март 2023, №4-6, апрель-июнь 2023.

*Источник информации: информационный портал Promtourism.ru
Фото: Promtourism.ru*



ДОРОГИ ПОБЕДЫ

«ВОЙНА – ЖЕСТОЧЕ НЕТУ СЛОВА»

Смоленская область

Участники двухдневного тура откроют для себя основные достопримечательности и памятные места Смоленска и Ельни, посвященные Великой Отечественной войне.

Начнется маршрут с осмотра древних стен **Смоленского Кремля** – здесь смоляне веками отражали нашествия многочисленных захватчиков.

Музей «Смоленщина в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.» – это экскурс в историю сопротивления захватчикам, гости узнают о трагическом периоде оккупации, борьбе смолян на оккупированной врагами родной земле, освобождении города.

Еще один музей маршрута – **усадебный дом знаменитого поэта войны Александра Твардовского**. Автор поэмы «Василий Теркин» вырос на Смоленщине, в хуторе Загорье.

Затем участников ждет переезд в Ельню, посещение **Ельнинского историко-краеведческого музея**, рассказ о трагических и героических событиях 1941 года, которые происходили в этих местах. **Соловьева переправа**, по которой выходили из окружения под Ельней бойцы Красной армии, – еще один пункт маршрута. Здесь туристы узнают, какой ценой держал переправу и помогал окруженным небольшой отряд.

АНО «Центр развития туризма Смоленской области»
www.crt67.ru



РОДИНА МАРШАЛА ЖУКОВА

Калужская область

Двухдневный автобусный маршрут очень насыщен. Его участники побывают в нескольких музеях. Первый – **Государственный музей Георгия Константиновича Жукова**, рассказывающий о маршале Победы. В собрании – множество личных вещей военачальника. Туристы побывают и в **Доме-музее Г.К. Жукова**, в простом крестьянском доме в деревне Стрелковка, где вырос будущий выдающийся полководец.

Затем на маршруте сразу два мемориальных комплекса, связанных с героической обороной Москвы в 1941 году. Комплекс Кременки посвящен обороне Серпуховского шоссе. **Мемориал «Ильинские рубежи»** напоминает о легендарных подольских курсантах, задержавших врага на подступах к столице.

Интересным будет и посещение натурной площадки **«Кинокомплекса «Военфильм»**, где проходили съемки известных фильмов «Ильинский рубеж» и «Калашников». Отдельного интереса заслуживает **уникальная коллекция военной техники Вадима Задорожного**: самолеты, вертолеты, танки, мотоциклы – все эти машины используются и для съемок фильмов, но главное – здесь легко проследить историю военной техники от самых первых образцов до современных и легендарных машин.

Юхновский краеведческий музей – еще одна точка маршрута. Музей во многом посвящен событиям Великой Отечественной войны. **Военно-исторический музей «Зайцева Гора»** рассказывает о сражении 1942 года в этих местах. А **мемориальный комплекс «Безымянная высота»** – это рассказ о подвиге 18 бойцов-сибиряков, оборонявших высоту в этих местах. Именно им была посвящена знаменитая одноименная песня.

Туристско-информационный центр «Калужский край»
visit-kaluga.ru

«НЕПОБЕДИМЫЙ АДМИРАЛ УШАКОВ»

Республика Мордовия




Двухдневный автобусный маршрут познакомит туристов с местами, связанными со знаменитым русским адмиралом Ф.Ф. Ушаковым. Федор Федорович Ушаков – адмирал, герой многочисленных морских сражений, искусный флотоводец, не знавший ни одного поражения, не потерявший ни одного корабля, не сдавший врагу в плен ни одного своего матроса. Ф. Ушаков провел последние годы своей жизни в деревне Алексеевка (ныне – Темниковский район Мордовии).

Кафедральный собор Святого праведного воина Феодора Ушакова открыт в Саранске в 2006 году. Здесь же, в Саранске, находится и памятник адмиралу.

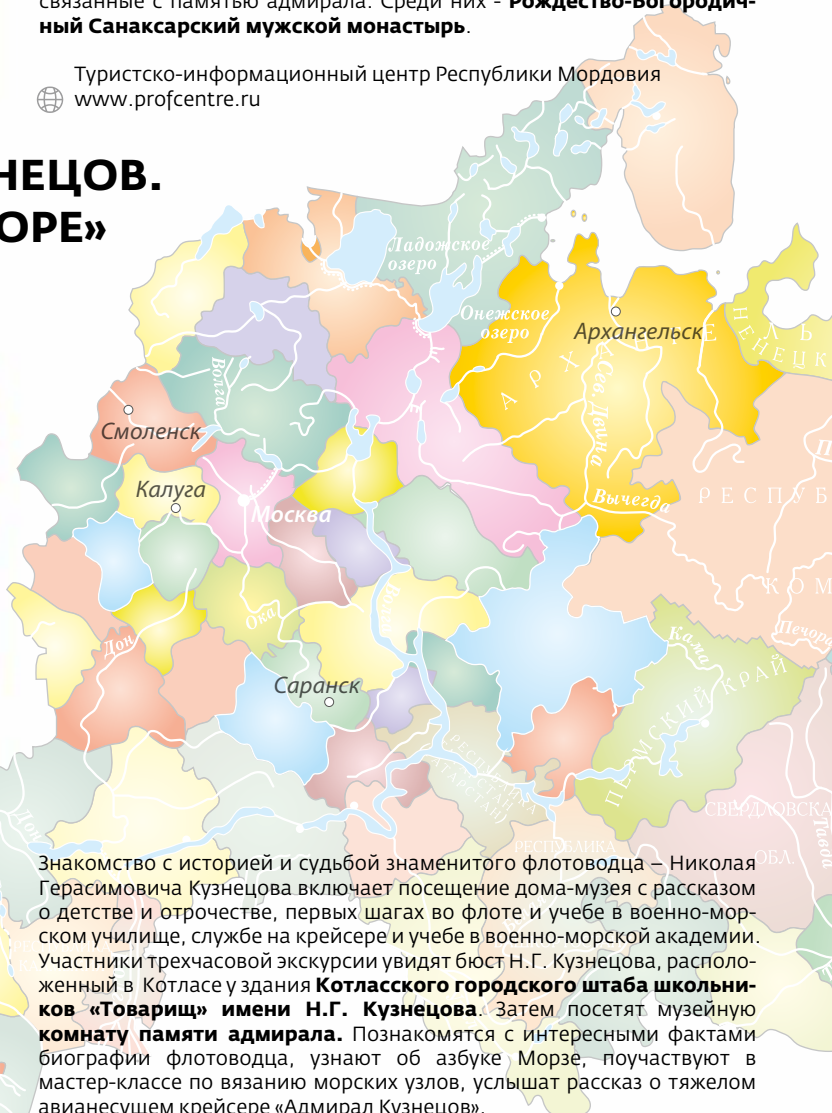
Участники маршрута посетят в столице Мордовии и **Художественный музей им. С.Д. Эрзы**, а также **Мордовский краеведческий музей имени И.Д. Воронина** и **Мемориальный музей военного и трудово-го подвига 1941-1945 гг.**

Затем туристов ждет переезд в Темников, экскурсия по **историко-краеведческому музею им. Ф.Ф. Ушакова**. Во время Отечественной войны 1812 г. здесь был открыт госпиталь, который содержался на средства Ф.Ф. Ушакова. Далее участники маршрута увидят места, связанные с памятью адмирала. Среди них – **Рождество-Богородичный Санаксарский мужской монастырь**.


Туристско-информационный центр Республики Мордовия
 www.profcentre.ru

«НИКОЛАЙ ГЕРАСИМОВИЧ КУЗНЕЦОВ. СУДЬБА, БЕСПОКОЙНАЯ КАК МОРЕ»

Архангельская область



Знакомство с историей и судьбой знаменитого флотоводца – Николая Герасимовича Кузнецова включает посещение дома-музея с рассказом о детстве и отрочестве, первых шагах во флоте и учебе в военно-морском училище, службе на крейсере и учебе в военно-морской академии. Участники трехчасовой экскурсии увидят бюст Н.Г. Кузнецова, расположенный в Котласе у здания **Котласского городского штаба школьников «Товарищ» имени Н.Г. Кузнецова**. Затем посетят музейную **комнату памяти адмирала**. Познакомятся с интересными фактами биографии флотоводца, узнают об азбуке Морзе, участвуют в мастер-классе по вязанию морских узлов, услышат рассказ о тяжелом авианесущем крейсере «Адмирал Кузнецов».

ТИЦ Котласского района
 vk.com/krturizm

«АМИГО-С»



Компания «Амиго-С» известна как туроператор по турам в Чехию и Испанию. Сейчас основным направлением деятельности стал выездной туризм в такие страны, как ОАЭ, Египет, Турция, Мальдивы, Шри-Ланка, Сейшелы, ЮАР, Кения, Узбекистан, Катар, Иран. В сезоне 2023-2024 предлагаем выгодные туры в ОАЭ, новогодние каникулы в Таиланде (Паттайя), актуальные круглый год — Египет и Турцию, загадочные Катар и Иран, туры на Мальдивы, Сейшелы и Шри-Ланку. Мы всегда открыты к диалогу, а также к новым предложениям для комфортного сотрудничества.

Bronevik.com



Bronevik.com — российская онлайн-система бронирования отелей. Компания работает с 2008 года и входит в топ-3 крупнейших российских ОТА по количеству бронирований. Работаем с 50 000 объектов размещения в России и странах СНГ только по прямым договорам, без участия посредников. У нас представлен широкий выбор объектов размещения: отели, апартаменты, глэмпинги, виллы, hostels, гостевые дома. Нашим сервисом пользуются уже 2500 B2B-клиентов. Bronevik.com делает ставку на высокие стандарты сервиса и обслуживания клиентов. Приглашаем встретиться с представителями нашей компании, пообщаться, получить сувениры и провести интересно время!

**Отель и Конгресс-центр «Вега»
Измайлово (ТГК «Вега»)**



Отель и Конгресс-центр «Вега» (4*) расположен на востоке Москвы в шаговой доступности от ст. метро «Партизанская» и МЦК «Измайлово». В фонде — 1007 номеров. Ресторан «Гуси-Лебеди» представляет современную русскую кухню, а ресторан «Вега» работает в течение всего дня по системе «шведский стол». К услугам гостей: рум-сервис, лобби-бар, просторный тренажерный зал и парковка. В конгресс-центре — 21 конференц-зал общей площадью более 2200 кв.м. Отель удостоен премии Russian Business Travel & MICE Award 2022 как «Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4*». Приглашаем встретиться с представителем нашего отеля и получить новый юбилейный каталог, посвященный 50-й юбилейной сессии деловых встреч «Турбизнес».

**«Санаторно-курортное
объединение ФНПР «Профкурорт»**



Мы поздравляем организаторов с юбилейной 50-й осенней серией воркшоп «Турбизнес»! Благодарим вас за надежность и эффективное сотрудничество. Хотелось отметить высокий профессионализм команды, обеспечивающий максимальную оперативность и эффективность в решении любых задач. «Профкурорт» — туроператор, специализирующийся на санаторно-курортном лечении и оздоровительном отдыхе в здравницах России. Главное ядро нашей деятельности составляют 22 профсоюзных многопрофильных лечебно-профилактических учреждения в регионе Кавказских Минеральных Вод, несколько из них имеют статус реабилитационных центров, и пять крупных курортных объектов в Сочи. Более 25 лет наша компания предлагает партнерам и клиентам гарантированные места в санаториях, доступ к информации о наличии свободных мест в здравницах в режиме реального времени, систему онлайн-бронирования, большой выбор специальных программ и достойное агентское вознаграждение.

«Старлайнер»



Онлайн-система управления командировками Starliner для компаний и тревел-агентств. В системе Starliner представлены более 500 авиакомпаний, ж/д перевозчики, трансферные компании и такси, крупнейшие гостиничные консолидаторы и гостиничные сети. Мы предоставляем максимальное количество вариантов организации путешествий по минимальной стоимости. В нашей системе агентства могут не только работать сами, обслуживая клиента удаленно, но и предоставлять доступ для самостоятельной работы своим клиентам. Развивайте свой бизнес вместе со Starliner!

50 серия Workshop «Турбизнес»

Приглашаем к участию
в workshop «Турбизнес»

ОСЕНЬ-2023!

Деловые профессиональные
Workshop «Турбизнес» B2B – это платформа
для новых возможностей, для максимально
успешного развития бизнеса.

900+ деловых встреч

75 городов России и стран СНГ и зарубежья



Календарь workshop «Турбизнес» ОСЕНЬ-2023

19–22 сентября Вологда – Ярославль – Кострома – Владимир

26–29 сентября Нижний Новгород – Казань – Самара – Уфа

2–6 октября Пермь – Екатеринбург – Челябинск – Тюмень – Сургут

10–13 октября Иркутск – Красноярск – Новосибирск – Омск

17–20 октября Архангельск - Санкт-Петербург - Петрозаводск - Великий Новгород

25–26 октября Астана – Алматы

31 октября Минск

2 ноября Ереван

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ

Пакет «ЭКОНОМ» 24 тыс. руб.
Пакет «СТАНДАРТ» 34 тыс. руб.
Пакет «СНГ ЭКОНОМ» 27 тыс. руб.
Пакет «СНГ СТАНДАРТ» 37 тыс. руб.
Пакет «ОПТИМАЛЬНЫЙ» 55 тыс. руб.

СКИДКИ

Постоянным участникам Workshop «Турбизнес»
При раннем бронировании и предоплате

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ОПЦИИ

Бизнес-завтраки перед началом workshop
Доставка материалов к рабочему месту
Пакеты обслуживания
Заочное участие

Т6 Workshop
ТУРБИЗНЕС

Отдел workshop «Турбизнес»:

(495) 723-72-72

wshotels@tourbus.ru

www.tb-workshop.ru

www.tourbus.ru



Электронная путевка: что должен знать турагент

С 1 сентября (или в случае отсрочки через полгода) вступают в силу положения об ответственности за нарушение порядка передачи сведений в государственную информационную систему электронных путевок (ЕИС ЭП). К чему нужно готовиться турагентам? Рассказывает директор юридического агентства «Персона Грата», председатель комитета РСТ по правовым вопросам **Георгий МОХОВ**.

В случае заключения договора реализации турпродукта между туристом и турагентом, турагент в течение 5 рабочих дней со дня заключения договора (но не позднее 10-го числа месяца, следующего за месяцем заключения договора) направляет туроператору уведомление о заключении договора. Форма такого уведомления определяется туроператором и указывается в агентском договоре, большинство туроператоров будут принимать уведомление через личные кабинеты в системах бронирования, соответствующие поля вносятся для заполнения в заявки на бронирование. Особый срок установлен законом для реализации «горящих» туров, проданных за 30 дней до путешествия, в таких случаях сведения в ЕИС ЭП должны попасть за 24 часа до начала поездки.

Какие сведения передает турагент в соответствии с правилами функционирования ЕИС ЭП?

1. Сведения о юридическом лице или ИП:

- полное наименование юридического лица либо фамилия, имя и отчество (при наличии) ИП;
- реестровый номер в ЕФРТА;
- ИНН;
- адрес места нахождения юридического лица либо адрес места жительства ИП;
- телефон, адрес электронной почты.

2. Данные о договоре реализации турпродукта:

- номер (при наличии) и дата заключения;
- общее количество туристов по договору;
- общая цена туристского продукта в рублях;
- наличие в договоре существенных условий договора,

предусмотренных абзацами 7–13 части 2 статьи 10 Федерального закона (132-ФЗ).

3. Сведения о заказчике туристского продукта (если турист не является заказчиком):

- полное наименование юридического лица либо фамилия, имя, отчество физического лица или ИП;
- гражданство физического лица или ИП;
- сведения о документе, удостоверяющем личность (серия, номер и вид документа, удостоверяющего личность в соответствии с законодательством Российской Федерации, либо реквизиты документа, удостоверяющего личность иностранного гражданина), физического лица или ИП;
- ИНН юридического лица или ИП;
- адрес места нахождения юридического лица либо адрес места жительства физического лица или ИП;
- полномочия заказчика туристского продукта;
- телефон, адрес электронной почты.

4. Сведения о каждом туристе, указанном в договоре:

- фамилия, имя, отчество (при наличии);
- дата рождения;
- гражданство;
- сведения о документе, удостоверяющем личность (серия, номер и вид документа, удостоверяющего личность в соответствии с законодательством РФ, либо реквизиты документа, удостоверяющего личность иностранного гражданина);
- телефон, адрес электронной почты.

5. Описание программы, маршрута и условий путешествия:

- даты начала и окончания;
- даты отправления и прибытия, наименования населенных пунктов и аэропортов отправления и прибытия — в отношении перевозки воздушным (железнодорожным) транспортом до места назначения и обратно;
- вид перевозки, даты отправления и прибытия, наименования пунктов отправления и прибытия — в отношении перевозки иным видом транспорта до места назначения и обратно;
- наименование и адрес места нахождения (включая наименование страны, субъекта РФ (если применимо), населенного пункта) средства размещения;
- категория гостиницы (при наличии);
- даты заезда и выезда;
- иные условия проживания.

6. Информация об иных туристских услугах, входящих в туристский продукт:

- вид услуги (например, экскурсионное обслуживание, в том числе наличие экскурсовода (гида), гида-переводчика, инструктора-проводника, услуги по перевозке в стране (месте) временного пребывания);
- иные услуги.

В информационной системе часть вышеуказанных сведений не является обязательной для ввода либо передается «при наличии». Порядок передачи сведений и состав данных турагентам следует уточнить у туроператора.

В применяемые туристическими компаниями договоры следует внести изменения и предусмотреть пункты о передаче сведений в ГИС ЕИС ЭП и право туриста (заказчика) на получение сведений, содержащихся в единой информационной системе электронных путевок в порядке и в сроки, установленные Постановлением Правительства РФ от 18.03.2023 №417.

НОРМАТИВНАЯ СПРАВКА:

1. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 28.05.2022 № 148-ФЗ (https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_417853/).

ЭЛЕКТРОННУЮ ПУТЕВКУ ОТЛОЖАТ?

Минэкономразвития подготовило проект постановления, предполагающего перенос введения «Электронной путевки» на полгода — на 1 марта 2024 года.

«Очень важно, что регулятор позаботился о туроператорах и агентах и принял меры, чтобы избежать коллапса на рынке, так как подавляющая часть его участников пока технически не готова подключиться к системе «Электронная путевка». В пояснительной записке к проекту ведомство указывает, что он принимается для снижения административной нагрузки на туроператоров, работающих в условиях сохраняющегося внешнего санкционного давления», — так прокомментировал инициативу регулятора глава правового комитета РСТ Георгий Мохов.




Закон предусматривает ответственность для туроператоров и турагентов за нарушение порядка передачи сведений в ЕИС ЭП — в случае трехкратного нарушения в течение трех последовательных месяцев туроператор может быть исключен из Федерального реестра туроператоров, а турагент из реестра турагентов.



С 1 сентября 2023 года ответственность предусмотрена для выездного туризма, а с 1 сентября 2024 года — для внутреннего и въездного туризма. Следует обратить внимание, что информация о нарушении поступает в Минэкономразвития от Роспотребнадзора и только после этого применяется данная санкция.

2. Постановление Правительства РФ от 18.03.2023 № 417 «Об утверждении Правил функционирования единой информационной системы электронных путевок и о признании утратившими силу постановления Правительства Российской Федерации от 8 июня 2019 г. № 747 и пункта 18 изменений, которые вносятся в акты Правительства Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 23 ноября 2020 г. № 1903» (https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_443661/).

3. Постановление Правительства РФ от 08.06.2019 № 748 (ред. от 26.12.2022) «Об утверждении требований к использованию документов в электронной форме туроператором, турагентом и туристом и (или) иным заказчиком при реализации туристского продукта и Правил обмена информацией в электронной форме между туроператором, турагентом и туристом и (или) иным заказчиком при реализации туристского продукта» (https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_326864/).

4. Федеральный закон от 13.06.2023 № 252-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_449477/). 

Руководство по подключению и эксплуатации информационной системы Электронная путевка
<https://ev.tourism.gov.ru/>



MICE-клиенты выбирают Россию

Смена географии корпоративных встреч, новые требования заказчиков и полезные советы для них — об этом в интервью ТБ рассказывает **Олег БЕГЛЯРОВ**, сооснователь компании «Демлинк», которая в этом году отмечает 30-летний юбилей.

нам слоты. И в итоге мы возвращаемся к России. Неплохо идут Узбекистан, Армения, Киргизия, вообще СНГ.

По Китаю у нас сейчас много вариантов, наши группы уже поехали в Поднебесную. Правда, не такие большие, как раньше: сейчас группа в 20-25 человек это уже хорошо. Но уже на следующий год есть в работе запросы на 100 и 200 человек.

Из факторов, которые оказывают влияние на MICE-сегмент, это в первую очередь курс рубля. На втором месте транспортная доступность.

Вот еще один пример на тему цен: мы рассчитываем Кубу, там есть отличные отели, прямой перелет, но минимальная стоимость авиабилета на человека доходит до 140 000 рублей.

Популярность российских регионов значительно выросла за время пандемии и после этого. Какие тенденции вы можете отметить?

Сейчас в России очень большой выбор возможностей. Все изменяется прямо на глазах. По традиции впереди Сочи, Питер, Казань. Сейчас фантастическое впечатление с точки зрения качества демонстрирует Карелия. Еще 2-3 года назад уровень сервиса там был откровенно слабым. А сейчас очень высокий.

Традиционно высоким спросом пользуется Алтай. Хочу отметить изменение отношения к сезонности. Например, такие регионы, как Камчатка или Чукотка, в разгар сезона дороги. Но некоторые клиенты уже готовы сдвинуться с пикового сезона и потерпеть не самую классную погоду.

Вообще хочу отметить, что существуют два типа таких поездок: первый — это серьезные конференции и т.п. с большой деловой программой. Второй вид — это скорее инсентив, где более важен отдых, новые впечатления.

В первом случае выбор больше падает на Москву, Казань, Нижний Новгород. Во втором же фокус сдвигается больше

За последние четыре года география MICE-мероприятий значительно изменилась. Какие главные тренды вы можете отметить?

Это, безусловно, рост роли России и стран СНГ в этом сегменте. Интерес к России растет, практически все запросы, которые мы получаем, приходятся на внутренние направления.

Важно также отметить, что есть два типа запросов: в первом случае люди знают, чего хотят. Во втором же рассылают «веером» запрос типа «пришлите восемь вариантов».

Мы получаем заявки и делаем расчеты, например, по Турции или Таиланду, но получив калькуляцию, клиенты говорят «нет» и выбирают Россию. Примерно в 95-99% случаев так происходит.

Какой сейчас спрос на мероприятия за рубежом? Какие факторы оказывают на него наибольшее влияние? Составьте условный рейтинг наиболее популярных зарубежных MICE-направлений.

Наши клиенты запрашивают Турцию, ОАЭ, Оман, Мальдивы и Сейшелы. Есть попытки с Таиландом, но пока не очень успешные. Когда клиенты по привычке рассматривают Турцию, то оказывается, что логистика в норме, но цены высокие, отели заполнены и не дают нужные

на отдых, расслабление, впечатления, здесь меньше деловой и рабочей составляющей.

Ваш рейтинг наиболее популярных российских MICE-направлений. Какие города/регионы «выстрелили» в этом году? Какие наоборот просели?

А вы знаете — никто никто не просел. Спрос на поездки по России колоссальный, часто и мест нет. Всё только растёт. Как я уже сказал, нам радостно видеть развитие в Карелии. Алтай хорошо идет, и здесь также все развивается, например, курорт Манжерок. Кстати, по Алтаю также изменилось отношение к сезонности: если раньше сезон был июнь-июль, то сейчас многие готовы и в сентябре ехать. Мы говорим: будет дождь. Но клиенты согласны.

Какие критерии влияют на выбор направления для инсентив-программ и других MICE-мероприятий?

Это очень сложный, комплексный и многогранный процесс. И зачастую мы не знаем, не видим, кто в той или иной компании принимает решение. Это может быть тревел-менеджер, маркетинговый отдел, протокольный отдел, финансовый или генеральный директор. А это важно! Вот мы получаем такой вопрос «прислать восемь вариантов мероприятия», и нам надо понять, как на него ответить. Это просто запрос или запрашивающий должен представить и защитить предложенную программу на заседании совета директоров и т. п.

К сожалению, мы не всегда имеем возможность дать свое экспертное мнение. Очень здорово было бы иметь шанс представить и защитить предложенную нами программу аргументированно. И с точки зрения затрат, и с точки зрения логистики и исходя из всех других параметров. Нам хочется выступать не просто организатором поездки, но и консультантом-экспертом. Ведь наши сотрудники постоянно куда-то ездят, мы знаем особенности стран и регионов, логистику и прочие подводные камни. В общем, хочется иметь больше вовлеченности в процесс принятия решения клиентом.

ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА НАПРАВЛЕНИЙ ДЛЯ ИНСЕНТИВ-ПРОГРАММ

- Зачастую неполное понимание заказчиком нюансов географии, логистики, наполнения программ
- Непрозрачность принятия решения заказчиком
- Невозможность выступить консультантом-экспертом предложенных программ перед принимающими решение коллегами
- Резкое снижение глубины заказов

РЕЙТИНГ РОССИЙСКИХ MICE-НАПРАВЛЕНИЙ КОМПАНИИ «ДЕМЛИНК»

- Сочи
- Петербург
- Москва
- Казань
- Нижний Новгород
- Карелия
- Алтай
- Камчатка
- Чукотка

Часто у компании есть бюджет и его надо потратить. А порой им сначала надо «выбить» этот бюджет. Так что ситуации очень разные.

Еще одна огромная проблема — все делается в последнюю минуту. То есть эта проблема существовала и ранее, но сейчас она принимает просто катастрофические масштабы. Пресловутая глубина продаж упала дальше некуда.

На наше последнее очень значимое мероприятие в одной из азиатских стран с нулевого момента и до момента воплощения у нас было даже меньше месяца. От момента встречи с клиентом и презентации нашей программы прошло где-то 5-7 дней на согласование бюджета. А там нужно было бронировать пересадочные перелеты, выписывать отдельные билеты. Была очень сложная логистика при очень насыщенной программе. А тут еще и бюджет начал на глазах таять из-за курса рубля. С партнерами было все сложно, валютные платежи в нынешних условиях — тоже проблема. В общем мы теперь все чаще видим запросы, которые приходят за месяц-полтора до планируемого мероприятия, а не за полгода, как надо бы. Это огромная головная боль.

Возможно ли влиять на предпочтения и выбор заказчиков? Приведите примеры успешного взаимодействия с заказчиками.

Как я уже сказал ранее, у нас не всегда есть возможность влиять на выбор. Но вот из последнего история: у нас была группа, они изначально хотели в Питер. Из четырех суток у них деловой программы было от силы на полтора дня. Мы сказали, что Питер — это классно, но вы же хотите участников удивить, а в Питере все были и не один раз, и предложили Карелию. А там мест не было, но в итоге какая-то группа отказалась. И все сложилось как нельзя кстати. И погода была отличная, и насыщенность программы, и все нас благодарили.

Конечно, многие компании запрашивают активные виды времяпрепровождения. Но тут надо трезво оценить ситуацию: и возраст участников, и пол, и состояние здоровья, и опыт в таких активностях. Например, шеф одной компании сам спортсмен-триатлонист, в отличной форме. Он хотел сплав на Алтае. Но у него 40 человек, мужики все в возрасте. В общем, сплав был, но спокойный базовый вариант. Все-таки безопасность всех участников на первом месте, и мы несем за это ответственность. Да, люди хотят драйва, и мы можем много чего предложить, но порой слишком высок уровень риска.

Помимо спортивных активностей спросом пользуются кулинарные мастер-классы, где участники могут сами что-то приготовить. Есть у нас и история, когда мы приглашаем очень известных шеф-поваров, но это дорого, и такое мы делаем только для руководителей компаний, и для мини-групп 7–10 человек. Интересно, но дорого.

В заключение хочу пожелать нашим читателям и клиентам, чтобы они нас не просто слушали, а прислушались к нам. И конечно, поблагодарить клиентов и всех игроков, которые давно в этом сложном бизнесе, но не воспринимают его как рутину. Мы все вовлечены в него 24 на 7. **TE**



Средний класс поставил выезд на паузу

Летний сезон преподнес немало сюрпризов и неожиданных поворотов. К подобному рынок уже привык, считает генеральный директор холдинга «Русский Экспресс» **Тарас КОБИЩАНОВ**. Он поделился в интервью ТБ впечатлениями от работы в высокий сезон 2023.

Каковы предварительные итоги летнего сезона на рынке выездного туризма?
В условиях существенно сократившегося спроса дефицит туров на рынке сменился переизбытком предложения. Падение курса рубля и подорожание классических летних направлений, таких как Турция и Египет, заставило туроператоров менять продуктовую линейку — они стали перестраивать свои планы и потоки, чтобы привлечь туристов.

Какие факторы больше всего повлияли на ситуацию на рынке?

В первую очередь — курс конвертируемой валюты и ослабление рубля. Бюджетный сегмент оказался отсечен от рынка массового выездного туризма: платежеспособность среднего класса значительно упала, а цены на туры выросли. Немаловажный фактор, разумеется, ограничения поездок в Шенгенскую зону. Общая доля туров в Европу упала до 2–3%.

Составьте ваш рейтинг зарубежных направлений в сезоне лето-2023? Какие направления показали положительную, а какие отрицательную динамику?

Повторюсь: туристический поток в страны Европы теперь превратился в небольшой ручеек, который, тем не менее, не иссяк. В целом мы видим расширение диапазона стран, традиционно считавшихся зимними. Например, ОАЭ, Таиланд, Мальдивы. Объем продаж по ним растет, особенно в Таиланд. Появился и целый ряд стран, которыми туроператоры раньше не особо занимались — Армения, Грузия, Азербайджан и некоторые другие. Они становятся альтернативными, более дешевыми направлениями для летнего туризма, чем значительно подорожавшая Турция.

Изменился ли сам «портрет» среднестатистического выездного туриста?

Прогнозы прошлых лет о том, что туризм останется доступным только богатым, в итоге оказались правдой. Практически исчез низкобюджетный турист. Ещё совсем недавно на поездку в Турцию уходило 50–60 тыс. рублей на человека, а сегодня средний чек превышает 100 тысяч. И если едет семья

из трех человек, то тур получается уже совсем небюджетный. При этом взыскательные туристы, которые привыкли за большие деньги к сервису высокого уровня, тоже недовольны. Заплатив в рублях в 2–3 раза больше денег, чем до пандемии, они получают уже не тот уровень отдыха, к которому привыкли. Это, конечно, всех не устраивает и огорчает.

Вернулись в турфирмы и самостоятельные туристы, которые привыкли сами разрабатывать маршруты и логистику, но столкнулись с трудностями по перелетам, получению виз и различными рисками. Раньше к турфирмам такие туристы, как правило, относились немного пренебрежительно. Теперь для бизнеса это своеобразный вызов — доказать свою нужность. К сожалению, процент семейных путешественников несколько снизился. Если раньше родители считали своим долгом отвезти детей на море, то нынешним летом многие взяли в этом вопросе паузу.

Возможны ли, на ваш взгляд, еще банкротства на операторском рынке, как это произошло с компанией со стажем «Веди Групп»?

Скажу так: если есть бизнес, то есть и риски банкротства. Работа с рисками в зоне, где существует предпринимательство, была во все времена, во всех сферах: от рынка до банка. Так что ответ очевиден.

Ваш прогноз развития рынка выездного туризма в осенне-зимнем сезоне.

Говорить о каких-то прогнозах и перспективах сейчас практически невозможно. За последние три года участники рынка на себе ощутили, как могут измениться планы — буквально за один день. За примером не надо далеко ходить — 24 февраля 2022 года. Пока непонятно, как дальше будет вести себя курс рубля. Мне кажется, что в нынешней ситуации важно сохранять достигнутые позиции, бороться за лояльных туристов и создавать интересный продукт, с важными для туристов дополнительными опциями и услугами. **ТБ**

Беседовала Татьяна Бутурлина

MICE Award 2023 продвигает новые тренды

Онлайн-голосование за лауреатов профессиональной награды Russian Business Travel & MICE Award продолжается до 30 сентября

Ведущая отраслевая Премия Russian Business Travel & MICE Award, которая в этом году проводится уже в 14-й раз, традиционно выявляет новые тенденции спроса и предложения в индустрии встреч и событий. Рынок развивается за счет прихода новых, подчас неожиданных игроков и объектов инфраструктуры — MICE-ландшафт ежегодно меняется с небывалой скоростью.

Выбрать лучших на рынке MICE и делового туризма предстоит в 15 номинациях.

В 14-м сезоне Премии качественный и количественный состав номинаций изменился. Организаторы Премии включили сразу несколько новых номинаций. Предстоит выбрать победителей в блоке номинаций «Лучшая площадка для мероприятий» — объекты промышленного туризма, культуры и спорта, тематические парки. В номинации «Всесезонные курорты» выделена подноминация — горные курорты. Также в числе новых — номинация «Лучший ресторан/банкетный комплекс для мероприятий» (партнер номинации Комитет по гастрономическому туризму РСТ) для компаний и ресторанных комплексов, продвигающих региональную кухню.

Появление новых номинаций говорит о концептуальном разнообразии запросов заказчиков мероприятий — сейчас особенно востребованы оригинальные нестандартные площадки промышленных предприятий, тематических парков, музейных и культурных кластеров, стадионов и пр.

Второй этап профессиональной награды — открытое онлайн-голосование — стартовал первого июля. За первых два месяца за номинантов проголосовало более 150 тысяч человек. Более трехсот ведущих игроков российского рынка MICE и делового туризма ведут борьбу за престижную награду.

Учредители награды RBT&MA — медиахолдинг «Турбизнес», АНО «Проектный офис MICE», при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ. Информационный партнер — медиахолдинг «Комсомольская правда». Партнерами Премии также являются крупнейшие отраслевые ассоциации и объединения: НКБ, РСВЯ, НАИТО, АКМР, РСТ, ОСИГ, ФРОС «Регион ПР», САД, Международная выставка «Интурмаркет».

Открытое онлайн-голосование продлится до 30 сентября.

Награды в 2023 году получают объекты конгрессно-выставочной инфраструктуры, региональные офисы по развитию территорий, конвеншн-бюро, региональные ТИЦы и ТПП, отельные площадки и ресторанные комплексы, деловые центры и спортивные объекты, всесезонные курорты, промышленные и культурные объекты, агентства деловых событий, выставочные и туристические операторы.

На финальном этапе к выбору лауреатов и победителей на основе результатов открытого голосования подключится расширенный экспертный совет, в который входят топ-100 профессионалов рынка.

Торжественная церемония награждения лауреатов в этом году пройдет 14 декабря в Санкт-Петербурге. Здесь состоится сразу несколько важных мероприятий отрасли: II Всероссийский форум «Развитие делового туризма в регионах России», 14-я церемония вручения наград Russian Business Travel & MICE Award, а также инспекционный тур для приглашенных профессиональных покупателей и ознакомительные программы с уникальными MICE-возможностями региона для делегатов форума и номинантов премии.

Принять участие в голосовании смогут все желающие: и участники рынка делового туризма и MICE, и корпоративные заказчики, и бизнес-путешественники.

**RUSSIAN
BUSINESS TRAVEL &
MICE
AWARD**

14 декабря

в Петербурге пройдут II Всероссийский форум «Развитие делового туризма в регионах России» и 14-я церемония вручения наград Russian Business Travel & MICE Award



**ПРОГОЛОСОВАТЬ ЗА СОИСКАТЕЛЕЙ МОЖНО НА САЙТЕ
[HTTPS://WWW.MICE-AWARD.RU/RU/VOTE/](https://www.mice-award.ru/ru/vote/)**



31-е лето «Арт-Тура» оказалось успешным

Один из старейших российских туроператоров — «Арт-Тур», вступивший в четвертое десятилетие своего существования, успешно адаптируется к меняющимся условиям ведения туристического бизнеса — об этом рассказывает его генеральный директор **Дмитрий Арутюнов**. В осеннем номере нашего журнала он, как заведено, знакомит коллег и партнеров с планами компании на следующий сезон.

Чем закончилось для «Арт-Тура» лето нынешнего года? Могу сказать, что этот сезон перестал быть для нас низким. Во-первых, Ближний Восток и наши любимые Эмираты в летние месяцы привлекают всё больше туристов, а во-вторых, «Арт-Тур» ведет в этот период большие продажи и по множеству других направлений: по островам Индийского океана, Африке, Азии и Китаю, о котором скажу подробнее чуть ниже, Латинской Америке, «люксовой» Турции и, несмотря на непростую логистику, странам Европы.

Статистически итоги лета выглядят следующим образом: практически по всем направлениям зарегистрирован прирост, хотя и разный: в Африке — самый значительный, процентов сорок; в Эмиратах — обычные ежегодные десять процентов. Хорошо продавались Бали, Таиланд, Индия, Шри-Ланка. Позиции «Арт-Тура» на Мальдивах — одни из лучших на международном уровне. При сложной ситуации с Европой мы и здесь поднялись процентов на пять, пользуясь тем, что Италия, Франция, Греция, Испания продолжают выдавать россиянам туристические визы.

Теперь о планах на сезон грядущий. Хит-парад ведущих направлений остается прежним: первым идет прекрасно освоенный нами Ближний Восток с ведущей ролью Эмиратов, за ним следуют острова Индийского океана, Африка, дальше Азия и ее заново восходящая «звезда» — Китай. В этой связи усилен состав наших ведущих менеджеров — направление

возглавила Юлия Крутицкая, которая считается в туроператорской среде одним из лучших специалистов по Китаю.

Старт, можно считать, взят неплохой: «Арт-Тур» удостоился чести стать одним из операторов возобновленного после пандемии безвизового обмена с Китаем. Для групп от 5 до 50 человек достаточно будет нашей печати на списке участников поездки, чтобы въехать в страну. Другими словами, мы становимся своего рода «визовым центром». Да и экономят очень прилично: ведь в индивидуальном случае виза в Китай стоит от 150 до 200 долларов на человека.

Еще об Азии: в поле нашего зрения находятся и Индия, и Корея, и Япония, которые в последнее время стараются заинтересовать российский рынок своими предложениями.

Если говорить в целом, то будем наполнять существующие направления новым содержанием, поскольку второго глобуса, как говорится, у нас нет. Возьмем Африку: сейчас на этот континент есть пять прямых рейсов из Москвы — в Марокко, Алжир, Египет, Эфиопию и Сейшелы, на подходе — остров Занзибар, и очень надеемся на открытие прямого авиасообщения с Южной Африкой; она продается очень неплохо, хотя летать приходится через Ближний Восток. Африканские программы будут расширены и дополнены.

Разумеется, продолжим пестовать Эмираты, с которых начинали более тридцати лет назад. По итогам 2022 года «Арт-Тур» получил рекордные показатели по загрузке ведущих эмиратских отелей — например, цепочки Jumeirah, с которыми у нас огромный оборот, около 20 тыс. room nights в год, «Арт-Тур» лидирует по продажам и у многих других люксовых отелей, таких, к примеру, как Atlantis The Palm, Mandarin Oriental, Vvlgarı и многих других. Чем мы бьем конкурентов? У нас всегда была такая политика: чем отель дороже, тем он должен быть дешевле для клиентов «Арт-Тура». Кстати, о технологиях: после пандемии мы очень много сделали для диджитализации отельной базы, и теперь у нас есть прямые динамические цены от ведущих отельных цепочек мира, к тому же существуют еще и статические контракты. Это позволяет агентству сочетать онлайн- и офлайн-бронирование и выгодно отличает нас от конкурентов: наши агенты видят в нашем онлайн- и динамические, и статические цены — в разные периоды цены у отелей отличаются, и агент пользуется возможностью выбрать наилучшие.

Будем предлагать также и Катар, Бахрейн, Оман, ждем возобновления прямых рейсов в Ливан. Не забудем и об Израиле и Иордании. Как и все последние годы, предвидим активный спрос на острова Индийского океана — Мальдивы, Маврикий, Сейшелы, а на Занзибар и вовсе аншлаги в связи с открытием прямого рейса. Сюда мы приплюсуем материковую Кению и Танзанию в режиме сафари. После ковида людям заметно больше хочется выезжать на природу, и «Арт-Тур» дает им такую возможность.

О других новостях: после пандемии возобновились прямые рейсы на Кубу, это порадует многих любителей не только самого этого направления, но и желающих посетить другие латиноамериканские страны — например, Мексику, Доминикану, Багамы. Комбинированные туры

ART TOUR

Leading Russian Tour Operator since 1992

 **(495) 980-21-21**

www.arttour.ru

Суцёвский вал 49, оф. 715



всегда бывают востребованы. Для Бразилии, Аргентины, Перу есть прекрасные стыковки через Стамбул и ближневосточные страны — нашему латинскому департаменту есть что продавать. Европу тоже никто не отменял: Куршевель, австрийские горнолыжные курорты — всё это завязанные их почитатели смогут у нас получить. Своего рода новой звездой сезона может стать Иран, где тоже есть и горы, и лыжные трассы — кстати, с этой страной ожидается открытие безвизового режима и «Арт-Тур» уже получил подтверждение о том, что мы будем открывать групповые визы по нашим спискам, по аналогии с китайскими.

Обязательно следует сказать о расширении сотрудничества «Арт-Тура» с нашими агентами. В начале мая этого года мы переехали в новое офисное здание на Садовом кольце по адресу Суцёвский Вал, 49, которое называется «Джаз». 21 июня состоялось очень красивое открытие, главными гостями которого были наши лучшие агенты. 50 из них получили награды по результатам сезона, а 20 лучших по итогам ежегодной акции «Золотая лихорадка» поедут в шикарный, поистине «королевский» инсентив-тур с проживанием в лучших отелях «Royal Palm» на Маврикий и «Atlantis, The Royal» в Дубае, открывшемся в этом году. Входной барьер в лучшую «двадцатку» постепенно растёт, а это значит, что наши агенты продают больше, лучше, дороже.

Еще о новом офисе: теперь в нашем распоряжении на крыше здания — большая, в 350 квадратных метров веранда, которая служит не только для развлечений. На ней регулярно проходят обучающие семинары и тренинги по разным направлениям, которые проводят наши партнеры-отельеры. В сентябре-октябре мы также планируем целую серию обучающих семинаров по всем нашим направлениям.

Недавно мы внедрили новый вид обучающего мероприятия — так называемый «Арт-Вояж»: в воркшопах по островам Индийского океана, состоявшихся в Ростове и Краснодаре, участвовали 17 отелей-партнеров, а с российской стороны — представители около 300 (!) туристических компаний. Осенью, как всегда, мы отправимся в роуд-шоу по городам России, которых на этот раз будет около тридцати. **ТБ**

Завтра будет НОВЫЙ ДЕНЬ!

В рубрику «Дневник турагента» мы пригласили на этот раз коллегу из Белоруссии, из Гродно. О своих рабочих буднях рассказывает глава агентства «Студия отдыха» **Вера КАРАЧЕНЦЕВА.**



Понедельник

Понедельник. Новая неделя, новые возможности. Еду на работу, а телефон с 7 утра разрывается от звонков и сообщений в чатах. Кто-то хочет тур на море, кому-то прямо завтра нужна испанская виза. Я выдыхаю, думаю о том, чем я могу помочь, и спокойно отвечаю на вопросы.

Каждый день поступает бесчисленное множество запросов на туристические визы. Люди очень хотят отдыхать. Много запросов на ОАЭ, Турцию, Мальдивы, Шри-Ланку, Египет. У нас свои блоки мест на FlyDubai, поэтому к нам активно идут за турами, а мы и рады. Спрос есть — это главное.



Вторник

Сегодня пришли туристы бронировать ОАЭ на медовый месяц. Очень легкие и приятные в общении. У них так горят глаза, сразу видно — влюблены. Рассматриваем разные варианты. В последнее время Эмираты пользуются большой популярностью, причем и как семейное направление.

Отдых в ОАЭ непременно запомнится на всю жизнь, главное — подобрать правильный отель.

Ребята хотят пляжные вечеринки, и я уже знаю, что можно им предложить. В Эмиратах сезон, многие отели «в стопе», но я не сдаюсь, варианты есть.

Забронировали классный отель с чистейшим пляжем и вечеринками, все как по заказу.

Делаю для себя пометку «Связаться с партнерами и организовать приятный комплимент для этой милой пары». Клиенты счастливы, а я в свою очередь за них.



Среда

Вечером получила заявку на организацию делового визита в Китай от Торгово-промышленной палаты.

Нужно срочно искать контакты принимающей компании, все должно быть на высшем уровне.

Начинаем с командой заниматься поисками авиабилетов. Это та еще задачка, конечно.

Как лучше состыковать рейсы, чтобы все успели забрать багаж и сдать его заново? Во сколько регистрация? Сколько багажа можно провозить с собой? Какую гостиницу для проживания выбрать? А нужен ли переводчик?

Очень много нюансов и подводных камней, но все решаемо, и не с такими запросами работали.

Погружаемся с головой в работу и ведем заявку.

Списываемся с принимающей компанией в Китае, разница во времени в 5 часов, но работа ждать не будет.

Договариваемся на подбор гостиниц, транспорта и переводчика. У клиентов в таких турах есть свои требования и их тоже нужно учитывать.

Неожиданно от клиента приходит запрос на бизнес-зал в Шереметьево. Окей, сделаем.

Параллельно приходит огромное множество запросов на авиабилеты, туры, визы.

Весь день проходит в интенсивной работе, но мне это очень нравится.



Четверг

У меня весь день в сборах — завтра вылетаю в составе делегации на выставку в Баку. Новые партнеры, новые знакомства, новое

направление. Проверяем всю рекламную продукцию: визитки, буклеты, туристические программы, интересные предложения. Главное, чтобы всего хватило.

Завтра несколько корпоративных групп едут в туры по Беларуси. Радует, что есть постоянные клиенты, с которыми работаем уже несколько лет. Казалось бы, уже можно было увидеть все, но нет. Мы каждый раз находим новые, интересные места и удивляем наших туристов. На этот раз едем в гастротур. Посмотрим винзавод, ферму улиток и крафтовую сыроварню. В прошлый выезд мы с ними погружались в белорусский фольклор: народные танцы, костюмы и гулянья. Программы мы делаем насыщенные и запоминающиеся.

Кроме постоянных клиентов, на этот раз будет и одна новая группа из Питера. Волнуюсь. Но у нас работают профессионалы, я в них уверена. Приемом групп мы занимаемся уже очень много лет, поэтому знаем, как удовлетворить даже самые необычные запросы. Хотите фото в рыцарских костюмах? Пожлуйста. Тур по барам? Да запросто. Может, есть желание побыть в роли «охотников за приведениями»? И это можем устроить. Для нашей команды нет невыполнимых задач.



Пятница

Пью свой утренний кофе и выезжаю в Минск. Ехать четыре часа, но я уже привыкла. Каждый раз лечу в новое место с трепетом и легким восторгом.

В столице назначено три встречи с партнерами. Всегда стараюсь максимально продуктивно и рационально использовать свое время. Вылет вечером, поэтому еще успеваю решить все вопросы и морально подготовиться.

На одном дыхании проходит день, даже успела провести несколько созвонов между переездами по городу и уже спешу в аэропорт.

Пятница, семь вечера, и вдруг резко визовый центр дает места на регистрацию. Такие моменты упускать нельзя. Пишу в чат сотрудникам, и все принимаются за работу. Клиенты записаны, можно выдыхать. В понедельник начнем готовить документы.



Суббота

Я в Баку. Нас встретили партнеры, организовали трансфер для всей группы, заселили в отель, и есть пять минут перевести дух и привести себя в порядок. Впереди полноценный рабочий день — участие в выставке — это та еще работа.

Обзавелась новыми контактами, подписали пару договоров — начало положено. Теперь осталось наладить поток заявок и можно спать спокойно.

У нас более 100 партнеров из России, Польши, Литвы, Латвии, Эстонии, Узбекистана, Турции и других стран, и мы постоянно находим новых.



Воскресенье

Рабочие чаты не умолкают даже в этот день, но есть возможность немного посвятить день себе и изучению новой культуры. Прогоуляться по узким улочкам, насладиться их атмосферой. Завтра новый день, новые возможности и новые планы, и я в предвкушении: что он нам принесет? **ТБ**



Отелям пока не хватает гостей

Алексей МУСАКИН, управляющий партнер сети отелей Cronwell Hotels&Resorts в интервью ТБ поделился итогами летнего сезона и рассказал о проблемах, которые стоят сейчас перед отельерами.

Алексей, как прошел летний сезон на российском гостиничном рынке? Удалось ли отельерам достичь доковидных показателей?

Загородные отели превзошли доковидные показатели по валовой выручке. А вот по городским отелям картина другая, они не дотянули до показателей 2019 года. Городские отели живут в основном за счет командировок и бизнес-гостей. Количество командировок снизилось, поскольку многие компании научились решать свои вопросы удаленно. Командировки имеют место в основном в случае запуска каких-то больших значимых проектов и т.п. Зарубежных деловых гостей также стало очень мало.

Какие основные факторы оказывают влияние на гостиничный рынок?

Рост туризма есть и он существенный даже по сравнению с 2019 доковидным годом. Но вместе с ростом спроса растут и цены на размещение. Они растут даже в новых локациях, например, я видел такое на Кольском полуострове, ценник там запредельный.

Растет санаторно-курортный сектор. Причем именно коммерческая его часть. Здесь заметна такая тенденция, что сроки пребывания туриста на курорте сокращаются, вместо традиционных 12-14 дней гости остаются на 10-12 дней и приобретают некий стандартный пакет по лечебной программе. Но при этом все чаще докупают уже на месте дополнительные процедуры примерно на 20%.

Время отдыха сокращается не только в санкуре. Вместо 10-11 дней можно видеть бронирования на 4-6 дней. Но при этом есть и повторные туристы. То есть многие вместо одной долгой поездки совершают две или более, но по чуть-чуть. По-прежнему сокращается глубина бронирования.

Рост внутреннего туризма компенсирует отельерам потери от дефицита зарубежных туристов?

В городских отелях — нет. Внутренний туризм превысил уровень 2019 года. Опять-таки на примере Петербурга: в 2019 году у нас в городе побывали 10 млн туристов, из них 5 млн российских и 5 млн иностранных. Сейчас у нас в год

8 млн гостей, из которых только около 300 тысяч иностранных. Средний чек российского туриста примерно на 40% ниже чека иностранца. То есть исходя из этих цифр нам надо в Питере иметь около 14 млн российских туристов в год.

Пожалуйста, назовите главные проблемы и болевые точки рынка в этом году?

Основная головная боль — это опережающий рост операционных затрат. Он и ранее существовал, но сейчас стал еще заметнее. А в ближайшем будущем нам придется повышать зарплаты. Еще одна проблема — это фактическая амортизация номерного фонда из-за отсутствия необходимых инвестиций.

Я многократно упоминал и отсутствие достаточного количества квалифицированных кадров. Отдельное хозяйство очень персоналомоемкое, при этом у нас высокая текучка кадров.

Сейчас также из-за ослабления рубля идет и рост цен буквально на все. А нам не хватает многого. Например, климатическое оборудование. Его можно купить, но теперь на 30% дороже, а это уменьшает нашу прибыль, которая и так невелика.

Насколько ощутима и эффективна поддержка отрасли со стороны государства?

Здесь надо разделить все отели на две группы: большие отели (более 120 номеров) и маленькие (менее 120 номеров). Для больших отелей меры поддержки есть. В первую очередь это федеральные меры — постановление правительства №141, то есть льготные кредиты для отелей. Это сильно стимулирует потенциальных инвесторов: сейчас многие, кто ранее и не думал об инвестициях в отели, буквально выстроились в очередь. Еще одна мера поддержки — это нулевой НДС. Существуют также и региональные меры поддержки.

Для малых же отелей есть система грантов, но грант надо еще ухитриться выиграть. Есть региональные меры поддержки, самая распространенная из них — это УСН (упрощенная система налогообложения). Здесь определяют регионы, это может быть 1 или 5, или 7%.

Также необходимо стимулировать импортозамещение для отелей. Например, нам нужны лифты. Лифты есть, но не панорамные, не с той отделкой и пр. Или климатическое оборудование. Или посудомоечное оборудование: у наших посудомоек скорость на 15% ниже, чем у импортных аналогов. Так что здесь есть над чем поработать. **ТБ**

В Петербурге появился необычный отель

На туристской карте Санкт-Петербурга появился новый отель «Domina Пулково Отель и Апартаменты». О том, что в нем инновационного и нестандартного, рассказывает генеральный менеджер проекта **Полина ЕФИМОВА**



Примите поздравления с открытием нового уникального отеля в сети «Domina Пулково Отель и Апартаменты» в Петербурге!

Проект и правда уникален. Петербург по праву считается культурной и туристической столицей страны с достаточно широкой линейкой гостиничных предложений, но мы станем первым и единственным комбо-проектом, вобравшим в себя лучшие традиции гостеприимства итальянского бренда Domina и удачно совместившим апарт-отель и классическую гостиницу.

И, конечно, солидный номерной фонд — 732 — это внушительная цифра, но мы понимаем, что в период высокого сезона и сезона деловой активности, что в нашем городе тоже не редкость, нам этого может не хватить. Мы готовы принять самых взыскательных гостей и позаботиться не только об их размещении, но и о досуге.

Почему для проекта был выбран бренд Domina?

Из страны ушло много иностранных брендов. Но при выборе объекта размещения, как свидетельствует статистика, предпочтение по-прежнему отдают отелям под международными брендами. Для нас работа под брендом является гарантом качества предоставляемых услуг и стандартов обслуживания, это возможность завоевать лояльного гостя на долгие годы.



В чем отличия «Domina Пулково Отель и Апартаменты» от других аэропортовых отелей в Петербурге?

Концепция аэропорт-отеля пришла с Запада и впервые появилась в США в середине прошлого века, это достаточно специфический вариант размещения. Мы находимся в непосредственной близости от международного аэропорта Пулково, и такая локация стала определяющей по части выбора стратегии развития. Во-первых, мы — кластер. Во-вторых, в отеле микс апартаментов и гостиничных номеров, что дает нам возможность распоряжаться внушительным номерным фондом. В-третьих, мы готовились к приему и размещению летных экипажей, обустроив у себя на территории все то, что необходимо, включая полноценные лаунджи для экипажей на втором этаже комплекса.

Новый продукт с высочайшим уровнем сервиса, под управлением международного оператора — согласитесь, сочетание, практически не подвластное никакой конкуренции.

На каких клиентов ориентирован ваш комбо-проект?

На самых разных. Само слово «апартаменты» ошибочно рождает ассоциацию с длительным сроком проживания — на самом деле наши номера можно бронировать на любой срок. Мы предлагаем широкую линейку номеров, а это значит, что гость с любыми предпочтениями и ожиданиями сможет подобрать у нас размещение по вкусу. Петербург — это популярное MICE-направление, и мы не просто так создали обширную конференц-зону. Сейчас мы можем говорить о приеме крупных делегаций и даже одновременном размещении самых разноплановых деловых форумов под своей крышей.

Иными словами, мы будем востребованы и обычными туристами, и бизнес-путешественниками, и, конечно, авиакомпаниями.

Расскажите немного о команде отеля.

У нас работают только Профессионалы с большой буквы, у большинства — более 20 лет в гостиничной индустрии. Собралась команда отельеров, которым не нужно объяснять, что такое стандарты качества обслуживания. **ТБ**



Авиарынок надеется на рост

Анализ рынка внутренних и зарубежных авиаперевозок представил в интервью ТБ вице-президент Российского союза туриндустрии **Дмитрий ГОРИН**

Какова на сегодня общая ситуация на российском рынке внутренних и зарубежных авиаперевозок?

По итогам первых двух кварталов, мы видим, что только российские авиакомпании, без учета иностранных перевозчиков, смогли перевезти более 47 млн пассажиров. И эта цифра близка к тем планам, которые строились на 2023 год. Полагаем, по итогу года, не менее 101 млн пассажиров перевезут российские авиакомпании по внутренним и зарубежным направлениям. Если говорить о географии полетов, то из 69 стран, куда ранее отправлялись прямые рейсы, сейчас осталось 36. Тормозят развитие такие факторы, как ослабление курса рубля, рост затрат на содержание самолетов, покупка комплектующих запасных частей для флота. Рост цен на авиационный керосин приводит к повышению средней стоимости перелета. Так, рост цены составляет около 10%.

Основная тенденция — увеличение роли региональных аэропортов и межрегиональных авиаперевозок, где сегодня можно даже фиксировать определенный рост.

Как сказалась на рынке отмена субсидирования внутренних чартерных программ?

Конечно, отмена программ субсидирования внутренних чартерных рейсов сокращает возможность по развитию направлений. Но несмотря на это, операторы сохранили определенную часть программ, выстроив ее на базе регулярной авиационной перевозки. И если есть интерес к новым направлениям, туроператоры будут продолжать работать .

Ваш прогноз: ожидать ли роста цен на авиабилеты осенью и в зимнем сезоне?

Ослабление курса рубля довольно сильно повлияло на конечную стоимость авиабилетов. И прежде всего в международном сегменте. Но то, что количество рейсов увеличивается и авиакомпании стараются сдерживать рост цен, приводит к некой стабилизации, нет такого обвального повышения. Например, по Турции. Если в 2022 году средний чек по перелету был 50–60 тыс. рублей туда и обратно, то сегодня при росте курса рубля — это 30–40 тыс. Большой объем авиационных перевозок не дает цене сильно расти, крупные обороты поддерживают перевозчиков. Очень многое зависит от количества перелетов. Например, на рейсы в Грузию, куда пока не очень много квот для полетов, цены выше, чем на полет в Армению — там число рейсов увеличилось.

Насколько активно идет легализация российских лайнеров для полетов за рубеж?

В 2023 году продолжится процесс выкупа самолетов у лизингодателей. Так, если в июне 2022 года из 800 самолетов иностранного производства, выполняющих полеты за рубеж, было доступно всего 44 воздушных судна, то в этом году уже более 260 бортов. И этот процесс продолжается. Мы знаем, что ряд российских авиакомпаний запланировали на 2023–2024 год выкуп самолетов. Если говорить о регистрации самолетов в российском реестре с единственной регистрацией — то и этот процесс активно продолжается. Самолеты с двойной регистрацией не могут выполнять полеты за рубеж. **ТБ**

Читайте полную версию интервью на www.tourbus.ru

36

стран принимают прямые рейсы из России. Из них в 24 страны летают российские авиакомпании. Раньше география прямых полетов из России охватывала 69 стран.

Турция стала дорогой

Летний сезон-2023 не во всем оправдал оптимистичные ожидания туроператоров

МИХАИЛ ШУГАЕВ

По данным Министерства культуры и туризма Турции, в первом полугодии 2022 года турпоток в эту страну составил 2,6 млн россиян.

«В прошлом году в пиковый сезон в Турцию еженедельно выполнялось 750 рейсов в неделю, в этом году максимальная согласованная квота составляет 1200 рейсов в неделю.

Полеты выполняются из 22 городов России в Стамбул, Анкару, Аланью, Анталию, Бодрум, Даламан и Измир. Их выполняют 12 российских авиакомпаний и шесть турецких перевозчиков», — отмечает вице-президент РСТ Дмитрий Горин.

Несмотря на снижение продаж пакетных туров в Турцию в начале года, связанное с повышением цен в отелях, в конце июня направление занимало первое место по спросу у туроператоров, его доля в общем объеме варьируется от 35% до 65%, — отмечают в РСТ.

Турция в летнем сезоне 2023 года потеряла около трети российских туристов по сравнению с доковидным 2019 годом, основная причина — уход с направления туристов из-за роста цен, отмечают в свою очередь эксперты Ассоциации туроператоров России (АТОР).

«Поток туристов, которых туроператоры отправляют в Турцию, по сравнению с рекордным 2019 годом стал заметно меньше. У крупных туроператоров и сетей турагентств на текущий момент проданный объем туров на лето на 35-40% меньше по сравнению с летним сезоном 2019 года», — отмечали в АТОР в начале летнего сезона.

По данным туроператоров, средний чек поездки в Турцию на 10 ночей в летние месяцы доковидного 2019 года у туроператоров колебался в районе 50-60 тыс. рублей на человека. Летом 2023 года он вырос практически вдвое и составлял не менее 100-115 тыс. рублей на человека.

«За полгода в Турции побывали 2,6 млн наших туристов, следующая зарубежная страна — это Арабские Эмираты, 300 тыс. и Египет, примерно столько же. Сразу видна эта колоссальная разница, огромный отрыв. Но Турция

недосчиталась потока, который мог бы быть, и произошло это из-за ценовой политики. Ожидания в начале сезона были выше, чем мы в результате получили.

Турецкая сторона отреагировала на запрос рынка, начались горячие предложения, снижение цен, чего мы не наблюдали три года, но это не сильно помогло. Цены все равно оказывались выше, чем мог позволить себе наш турист», — отмечает исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе.

«Турция вошла в пятерку самых дорогих в среднем направлений. Такого не было за всю историю туризма, это направление всегда считалось массовым и доступным», — добавляет эксперт.



При этом туроператоры отмечают изменение потребительских предпочтений тех, кому Турция по-прежнему доступна.

В этом году свыше 66% заявок принимают на себя отели 5*, абсолютное большинство россиян (89%) выбирают тип питания «ультра все включено» и «все включено».

Вырос спрос не только на дорогие отели, но и на индивидуальные трансферы и услуги Fast Track в аэропорту, туристы чаще покупают расширенные страховые полисы и питание на борту.

По данным туроператоров, более 85% туристов предпочитают Анталийское побережье — курорты Аланья, Анталия, Кемер, Сиде, Белек. Чуть более 12% выбирают Бодрум, Даламан, Фетхие, Кушадасы, Мармарис на Эгейском побережье. Доля Стамбула микроскопическая — менее 1%.

Напомним, что в допандемийном 2019 году Турция, по статистике министерства культуры и туризма страны, приняла рекордные 7 млн российских туристов. Российский турпоток в Турцию, по итогам 2022 года, составил более 5,2 млн человек.

В 2023 году страна ожидает более 6 млн туристов из России, заявлял в преддверии высокого сезона атташе по культуре и туризму посольства Турции в РФ Илькер Озкан. Но, судя по всему, в этом году спрос на отдых в Турцию вряд ли превысит прошлогодний. **TE**

ПРИГЛАШАЕМ НА ДЕСЯТОЕ

ROADSHOW CUBA UNICA!



UNICA

**Ведущие российские
и кубинские туроператоры
и гостиничные сети
в городах России!**

15 сентября, пятница — Санкт-Петербург
16 октября, понедельник — Ярославль
17 октября, вторник — Нижний Новгород
19 октября, четверг — Казань
20 октября, пятница — Самара

УЧАСТНИКИ ROADSHOW:

Министерство туризма Кубы, гостиничные сети Barcelo Hotel Group, Blue Diamond Hotels & Resorts, Iberostar Hotels & Resorts, Melia Hotels International Cuba, туристическая компания HAVANATUR RUSSIA и др.

ОРГАНИЗАТОР:

UNICA


Представительство
Министерства
Туризма Кубы в России

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

Турбизнес
МЕДИАХОЛДИНГ • с 1997 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ:**

Медиахолдинг
«Турбизнес»,
Лариса Тарасюк
+7 (495) 723-72-72,
L.tarasyuk@tourbus.ru

Информация о roadshow и регистрации участия: www.cuba-workshop.ru

Русским у нас рады!

Куба — достаточно популярное выездное направление для россиян. О том, за счет чего Остров Свободы планирует еще больше нарастить поток гостей из России, «Турбизнесу» рассказала Советник по туризму посольства республики Куба в России **Кристина Леон ИЗНАГА**.



Кристина, каковы прогнозы роста турпотока из России до конца года?

Сразу скажу: прогнозы очень оптимистичны!

В первом полугодии на Кубе было принято в общей сложности 67 615 туристов из России.

Только в июле к нам прибыли 19 887 туристов — значительная цифра, обусловленная увеличением рейсов авиакомпании «Россия», которая вновь начала полеты с 1 июля этого года. При этом средняя загрузка рейсов 96%.

Планировалось довести количество российских туристов до 162 тысяч в этом году. Выполнили ли эту задачу?

Этот показатель был запланирован, и он для нас отнюдь не рекордный. Рекорд — отметка в 178 тыс. туристов, принятых на Кубе в 2019 году. При благоприятных условиях, если мы будем продолжать в том же темпе, который есть на сегодняшний день, уверена, что цели в 162 тыс. поездок россиян на Кубу мы не только достигнем, но и перевыполним.

Какие страны сегодня лидируют по количеству прибытий?

В настоящее время Россия занимает четвертое место по числу прибытий на остров. В первом полугодии 2023 года россияне уступили канадцам и кубинцам, которые живут за рубежом, а также американцам.

На ваш взгляд, в чем главные преимущества Кубы по сравнению с другими дальними пляжными направлениями?

Куба имеет ряд преимуществ перед другими пляжными направлениями и одно из главных, я считаю, это кубинское гостеприимство. Наши люди доброжелательны и радушны. Страна безопасна. Кубинцы симпатизируют русским — эти братские отношения исторически сложились. Русским у нас рады!

Какие чартерные программы на Кубу действуют сейчас? Ожидает ли их расширение?

В настоящее время на Кубу летают три авиакомпании непосредственно из Москвы: Nordwinds, «Россия» и Conviasa. Также есть возможность прилететь через Турцию рейсами Turkish Airlines. Nordwinds летает 6 раз в неделю в Варadero и два раза в неделю в Кайя-Коко. Авиакомпания «Рос-

сия» с пятого сентября увеличит частоту рейсов из Москвы в Варadero с двух до трех раз в неделю. Планируются вылеты по вторникам, четвергам и субботам. А с 27 декабря планируется также запустить рейсы в столицу Кубы — Гавану. Полеты будут выполняться дважды в неделю.

Какие маркетинговые акции и мероприятия вы планируете провести в России до конца этого года?

С рекламной кампанией Target media по интенсивному продвижению Кубы мы активно стартуем уже в сентябре. Также на последние 4 месяца 2023 года у нас намечены различные мероприятия: участие в крупных туристических выставках, воркшопы и презентации, в том числе будет выпущен новый путеводитель по Кубе. Мы примем участие и в воркшопах ИД «Турбизнес»: наша делегация посетит Санкт-Петербург и другие города России.

Когда российские туристы смогут расплачиваться на Кубе картами МИР?

Мы продолжаем работать над этим. Уже сегодня российские туристы могут без проблем снимать кубинские песо через банкоматы.

Появились ли за последнее время новые интересные предложения, локации?

На Кубе очень много интересных мест, которые еще не очень известны российскому туристу. Большинство из них находятся на востоке и севере Кубы. Здесь прекрасные условия для отдыха, с возможностью морских путешествий, для дайвинга. Недавно на островах Кайо-Паредон-Гранде и Ольгин был увеличен гостиничный фонд, улучшена и расширена туристическая инфраструктура. Поэтому не стоит ограничиваться только Гаваной, Варadero, Кайо-Гильермо и Коко — стоит активно путешествовать по всей Кубе, открывая для себя новые места. Благодаря запуску регулярных рейсов в Варadero туроператоры расширяют ассортимент продукта по карибскому направлению: например, появились комбо-туры, такие как Гавана + Варadero и др. Появляются новые экскурсионные предложения и пакеты — уверена, российские туристы оценят их по достоинству. **ТЕ**

Стартапы делают отели умнее

Мы продолжаем представление интересных тревел-стартапов, участников конкурса MITT Travel Start 2023, которое начали в предыдущих номерах. Проекты, которые меняют представление о бронировании, заселении и получении услуг — все теперь можно сделать в онлайн. Гостю удобно, а отельерам выгодно.



Connect One.

Запуск проекта: 2020 год

Компания-разработчик:

ООО «Ресонлайн»

Объем инвестиций:

не раскрывается

Дальнейшее развитие:

планируется стать ведущим сервисом онлайн-регистрации в отелях с умными замками и использование электронной папки гостя для заказа услуг в отеле в режиме онлайн.

СИСТЕМА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РЕГИСТРАЦИИ В ОТЕЛЯХ CONNECTONE WWW.CONNECTONE.RU



Алексей Лебедев,
руководитель ConnectOne

Мы работаем в этой отрасли уже 10 лет и хорошо понимаем задачи и вызовы, которые современный цифровой мир ставит перед отельным бизнесом. ConnectOne — это платформа, на которой реализован ряд сервисов для отелей и их гостей. Наша задача — выстроить коммуникацию между отелем и тури-

стом на всех этапах его путешествия самым лучшим и быстрым способом. С помощью нашего сервиса гость может за одну минуту заранее пройти онлайн-регистрацию, подписать электронный договор и в ускоренном порядке заселиться в отель, который использует наш сервис. Также у гостя есть возможность использовать не только привычный ключ-карту, но и виртуальный ключ на своем смартфоне. Кроме того, для гостя сформируется личный кабинет в отеле, где он сможет увидеть информацию о своем бронировании, доступные для него услуги и сервисы. При этом отель сможет предлагать услуги, наиболее подходящие для конкретного гостя, на основании его предпочтений и истории проживания.

Функция онлайн-консьержа позволяет выстроить коммуникацию между отелем и его постояльцем с помощью современных технологий. Это увеличивает выручку отеля от продажи дополнительных услуг. Wi-Fi-идентификация создает гостеприимную атмосферу и поддерживает бренд, а также дает возможность ненавязчиво информировать гостя о мероприятиях и услугах отеля.



СИСТЕМА АВТОМАТИЗИРОВАННОГО ЗАСЕЛЕНИЯ ROOMSHARING [HTTPS://RSHARE.RU](https://rshare.ru)



Богдан Ковеза,
директор по продажам и маркетингу
сети отелей и апартаментов Norke

Roomsharing Norke — это комплексная платформа по управлению арендной недвижимостью: от отелей и апартаментов до коворкингов и, например, фотостудий.

Модуль онлайн-бронирования номеров и управления заказами обеспечивает бронирование комнат на сутки или на час, интернет-эквайринг, систему обратной связи, управление заказами и их удаление, электронное подписание документов. Платформа позволяет экономить время гостей и сотруд-

ников отелей. Гость бронирует номер через приложение на своем смартфоне, через сайт или с помощью онлайн-агентства. Турист получает смс со ссылкой на прохождение регистрации. Сотрудник компании проверяет загруженные документы. И гость получает доступ в номер после прохождения модерации.

Система использует Smart Lock — устройство, которое позволяет открыть дверь без участия механических ключей. С помощью умного замка можно управлять доступом динамически. Умный замок позволяет открыть дверь из любой точки мира. Главное, чтобы был интернет. Данные устройства проходят предпродажную подготовку и тестирование. Эти умные замки хорошо зарекомендовали себя на рынке в течение нескольких лет. Электронный доступ к замку шифруется с помощью самых современных технологий, что обеспечивает надежность и безопасность использования.

Например, успешно реализованный кейс: небольшой отель на 17 номеров в Москве в районе Китай-города. Стоимость обслуживания системы в месяц составила 10 200 рублей. Система позволила перенести задачи администратора (то есть проверку документов и заселение гостей) на сотрудника на удаленной работе.



Запуск проекта: 2022 год

Компания-разработчик:

Roomsharing Norke

Объем инвестиций:

15 млн рублей

Дальнейшее развитие проекта: предусмотрены следующие этапы:

2023 год — интеграция с датчиками помещения, модуль уборки, интеграция со многими pms. Выпуск обновленной версии приложения. Система против воровства персонала.

2024 год — интеграция с OTA, создание модуля заказа дополнительных услуг. Модуль управления телевизором. White label для крупных клиентов.

2025 год — интеграция с системами доступа в офисы, коворкинги и фотостудии.

2026 год — интеграция с системами крупных строительных и управляющих компаний.

«Стартапы в сегменте размещения — это один из трендов в тревел-стартапах, запускаемых в течение последних 5 лет. У отельеров много процессов, которые пока еще не оцифрованы. Хорошо, что создатели стартапов наконец обратили внимание на это направление», — говорит **Леонид Пустов, руководитель комиссии по стартапам РСТ, основатель сообщества Travel Startups.**

Согласно статистике конкурса MITT Travel Start, проводимого с 2021 года, наиболее часто создаваемые сервисы для отельеров — онлайн-консьержи — для автоматизации взаимодействия отеля с гостями в части заказа услуг. Про один из такого типа проектов, вошедший в тройку победителей конкурса-2023, «Турбизнес» писал ранее (2ROOMZ). На втором месте поддержка бесконтактного заселения, о двух ярких представителях этого типа сервисов пойдет речь в этой статье.

Также активно развиваются онлайн-проекты для управления внутренними процессами отеля — аналитикой, доходами, репутацией, обучением, платформы для реализации программ лояльности и др.

Сервисы для онлайн-бронирования размещения сейчас чаще запускаются в узких нишах — работают со специализированными объектами размещения (глэмпинги, санатории, апартаменты и др.) или предлагают нестандартные механики бронирования, например, с возможностью согласования цены с пользователем, как стартап GetHotel.

Большинство гостиничных стартапов повышают эффективность бизнеса отельеров, а также расширяют ассортимент услуг и качество сервиса для конечного клиента, что положительно сказывается на развитии гостиничной индустрии в целом.





Запуск проекта:

описание идеи в июне 2020 года. Официальный выход на рынок 28 февраля 2022 года.

Компания-разработчик:

ООО «НАЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА БРОНИРОВАНИЯ» Объем инвестиций: на сегодняшний день за весь период разработки было затрачено более 30 млн рублей.

Дальнейшее развитие проекта

— создание «народного» агрегатора. Отели не будут платить комиссию за бронирование, если стоимость проживания на площадке будет ниже, чем у конкурентов.

СЕРВИС БРОНИРОВАНИЯ GETHOTEL HTTPS://GETHOTEL.RU/



Игорь Шапкин, создатель и генеральный директор GetHotel.Ru

Наш сервис бронирования дает возможность туристам предлагать свою цену за размещение в отеле. Для гостя это работает в три шага: он размещает на сайте свою заявку на проживание, получает предложение от отелей или хостелов, обсуждает заказ

с отелем и бронирует свой заезд. С самого начала мы делали все, чтобы площадка ни в чем не ограничивала ни отельеров, ни гостей, например, это свободное общение между гостем и отелем на сайте в чате еще до бронирования.

У нас в принципе совсем иной подход к бронированию, чем у других агрегаторов. На нашем сервисе гость создает заявку, на которую отельеры могут ответить как автоматически настроенными предложениями, так и вручную. И это помимо того, что гость сразу видит всю ленту выдачи предложений от объектов размещения.

Зарегистрированный гость вообще может прервать поиск и уйти с сайта, но под его бюджет заявки мы пришлем всю самую «вкусную» подборку предложений.

На нашем сервисе есть умное расселение гостей: предлагаются варианты «выгодный», «оптимальный» и «комфортный». Помимо этого, гости могут сконструировать под себя свой вариант размещения. На сайте уже есть отели в Москве, Санкт-Петербурге, Калининграде, Анапе, Сочи, Вологде и других городах.

СТАРТАПЫ. ОНЛАЙН-СЕРВИСЫ ДЛЯ ОТЕЛЬЕРОВ

Мой отель	my-hotel.space	Информационно-коммуникационный сервис для продажи дополнительных услуг и товаров, контроля и управления персоналом в едином инфопространстве.
Druffle	druffle.me	Платформа бесконтактного гостевого сервиса, продаж гостиничных услуг, автоматизации работы персонала и повышения лояльности гостей.
MICE CONNECT	miceconnect.ru	Маркетплейс для бронирования площадок, аналог booking.com, где заказчик может выбрать площадку на интересующую дату в любом городе РФ.
ServiceBook	service-book.io	Все услуги отеля у гостя в смартфоне.
STAYDAY	stayday.com	Система автоматизации гостиничного бизнеса, включающая в себя модуль бронирования, менеджер каналов, консьерж-сервис продаж дополнительных товаров и услуг для отелей и ресторанов.
Toweco	toweco.ru	Сервис мониторинга интернет-отзывов на самых популярных картах, отзывах и профильных площадках.
ZONT Hotel Club	zont-club.ru	Система для реализации программы лояльности, адаптированная под условия работы отеля и ресторанной службы.
2ROOMZ	2roomz.ru	Веб-сервис для продажи услуг отеля, в т.ч. F&B, SPA, laundry service, трансферов. А также удобный способ заказа любой бесплатной услуги без звонков на ресепшен.
Аватар*	sensemaknglab.com	Виртуальный сотрудник, управляемый ИИ или удаленным оператором. Он автоматизирует роли консьержа или гестрелейшен, снижая затраты на ФОТ вдвое.
ФанТам!*	funtam.ru	Интерактивная карта-виджет, показывающая гостям отеля все события и места рядом. Дает отелю возможность зарабатывать с бронирований экскурсий и продажи билетов на события.
Go2sport	go2sport.ru	CRM система привлечения клиентов и автоматизации продаж активных спортивных площадок и других активностей на территории отеля.

* - проекты победители конкурса MITT Travel Start 2023

Полина Гагарина: «Не могу жить без путешествий»

Известная певица, наставница шоу «Голос» **Полина ГАГАРИНА** всегда подчеркивала, что она по натуре — космополит и жить не может без путешествий и гастролов. Свое детство она провела в Греции, приняла предложение руки и сердца в Париже, а отдыхать любит на экзотических морях.

Полина, мой первый вопрос о работе, причем в мультипликации. У вас уже довольно большой опыт озвучки мультфильмов. Летом состоялась премьера еще одного — «Трио в перьях» с вашим участием...

Признаюсь, мне очень нравится озвучивать мультфильмы: уже где-то в двадцати мультфильмах герои разговаривают моим голосом. Вообще это самый классный, объединяющий детей и взрослых жанр. Я получаю огромное удовольствие, находясь в студии и «применяя» на себя новые образы, голоса, характеры. Знаете, когда появляется возможность подарить свой голос персонажу, которого наверняка полюбят дети — это счастье! «Трио в перьях» для меня особенный мультфильм. Дело в том, что первую часть я озвучивала, находясь в очень интересном положении, а конкретно на восьмом месяце беременности дочкой Миюшей. Из того моего положения появился и характер моей героини — совы Ольги, и ее голос в первую очередь. Она заговорила с небольшой хрипотцой, чуть с одышкой. Мой голос звучал тогда сильно ниже, буквально животом. И вот теперь, когда мне сказали, что вторая часть мультфильма готова и меня вновь ждут — я очень обрадовалась.

А по характеру вы с Совой совпали?

Ольга — чудесный персонаж и невероятно трогательный. Она немного эксцентрична и постоянно что-то отчебучивает. Во многом она в себе не уверена. Работать над ее характером было весьма интересно, но и непросто. Что-то в ней от меня есть, конечно.

А вот интересно, вы по биоритмам сова или жаворонок?

Признаться, из-за своего безумного графика работы я стала невольным жаворонком. Хотя и ложусь поздно, как сова, но все равно — солнце поднимает, и я бесконечно рада каждому новому дню.

Ваша героиня Ольга постоянно передвигается по миру. Много путешествует. Вам это близко?

О, да! В этом мы с ней совпали на все сто. Сидеть на месте — не в моих правилах. Я себя не представлю без путешествий и гастролов. Мне нравится летать по миру, жить в разных городах. Я по натуре космополит, и все переезды, перелеты только подпитывают меня новыми впечатлениями и дают заряд энергии. Очень хочу как можно больше путешествовать и надеюсь, что время открытых границ еще наступит.

Признайтесь, какой отдых больше нравится? Активный или, может, просто на пляже полежать?

Я всегда предпочитала активный отдых, но сейчас все больше хочется просто спокойно полежать, позагорать на солнышке и ничего не делать. Вот недавно с детьми прилетели с моря. Отдохнули, перезагрузились, и я опять ныряю в режим 24/7 репетиций и съемок. Я всегда повторяю, что основные составляющие идеального отпуска — это солнце, семья, правильно выбранное место отдыха и позитивный настрой.





ФОТО ГЛЕБ ЛОСКУТОВ

А какие страны для вас особенные, любимые сердцем?

Это в первую очередь Греция. В ней я провела свои первые годы жизни. Дело в том, что моя мама, профессиональная танцовщица, в 1991 году была приглашена на работу в Афины в балетную труппу «Алсос». Ну и я, конечно, отправилась вслед за ней. В Греции я пошла в первый класс, научилась читать, писать, обзавелась друзьями. Мне там было хорошо, и когда я сегодня туда прилетаю, то всегда переполняюсь эмоциями, ностальгией. Так много значимых лично для меня, любимых мест: Метеоры, гора Олимп, Дельфы. Греческий язык я знаю неплохо, но уже не так быстро смогу на нем общаться, как раньше. Все-таки нужна постоянная практика. Но, признаться, незнание языка никогда не становилось для меня особой проблемой в поездках — везде выручает универсальный английский.

Еще одно очень знаковое место — Китай. В нем я оказалась в 15 лет. Опять же благодаря маминой работе: она преподавала в Пекине хореографию. Эта поездка — а длилась она почти полтора месяца — оставила яркий след в моей жизни. Я успела проникнуться философией Китая, его национальными и культурными традициями. А желание, которое я тогда загадала во время прогулки по летнему Императорскому дворцу, сбылось.

Франция. Это, пожалуй, самая романтическая страна для меня. Я всего несколько дней провела в Париже, но каких!

Я летала туда не одна, а со своим тогда еще просто возлюбленным Дмитрием Исхаковым. Мы бродили по улочкам Парижа, фотографировались, любовались видами. И вдруг у моста Влюбленных Дима сделал мне предложение руки и сердца. До сих пор отчетливо помню, как он надел мне кольцо на палец и как эмоции накрыли меня с головой.

А пляжный отдых где больше понравился?

Запомнился своими знаменитыми пляжами с чистейшим морем и белоснежным песочком Таиланд. Остров Пхукет, куда мы отправились вдвоем с сыном. Знаю, что на острове проводятся многочисленные красочные фестивали, но ни на одном из них нам, к сожалению, побывать не удалось, от моря было сложно оторваться...

А где предпочитаете останавливаться? К отелям какие требования предъявляете?

Стараюсь выбирать такие, чтобы было тихо и спокойно. Немаловажны кухня, пляж, если это место рядом с морем. Для моей очень жесткой и невероятно напряженной жизни очень важно качество обслуживания.

А как вообще силы восстанавливаете?

Быстрое восстановление — гарантия моей работоспособности. Наибольшее количество сил мне дают мои ежедневные физические тренировки. Они в моей обязательной программе, в расписании дня. Я перепробовала разные виды тренировок — и «тяжелый фитнес», и йогу, и пилатес. Но лично мне пилатес не очень зашел. Разработали вместе с тренерами индивидуальную программу «Умный фитнес».

У вас, наверное, все спрашивают, как вы побеждаете лишние килограммы? Так поддерживать форму — просто браво!

К сожалению, никакой волшебной таблетки здесь нет. Но когда есть большое желание выглядеть хорошо, то появляется стимул что-то в жизни изменить. Для меня лишние килограммы — это тире — плохое самочувствие. Я становлюсь тяжелее, не могу петь. Если наемся на ночь, то тяжело просыпаюсь утром. И зачем это? Я начала худеть самыми разными способами и, когда удалось привести себя в форму, добившись результата, как говорится, «налицо», — решила поделиться своими знаниями на своей официальной интернет-страничке со всеми желающими. Похудеть — не самоцель. Главное — это быть здоровым и хорошо себя чувствовать.

Что вам сейчас доставляет наибольшую радость в жизни? И какие планы на будущее?

О, это самые простые вещи — например, возможность выйти на балкон и увидеть потрясающей красоты небо. У меня сейчас фантастический вид из окна. Из дома моей мечты. И каждый раз я радуюсь утру: Господи, как же красиво! А по поводу планов — уже начался обратный отсчет до важнейшего события в моей жизни. В июне 2024 года я выйду на сцену огромного стадиона Лужники со своим шоу «Навсегда»... **ТБ**

ПЕРМИ ИСПОЛНИЛОСЬ 300 ЛЕТ.

Городу, заложенному Василием Татищевым на излёте правления Петра Великого, было предreshено стать столицей огромной губернии, уральским и поволжским центром просвещения, культуры, науки и промышленности.

Юбилей – повод поговорить о будущем. Вашем будущем и будущем прекрасного города – Перми. Города, который растёт, строится, взрослеет, но остаётся вечно молодым. Этому городу исполняется 300 лет, но он, как и в год своего образования, открыт для всего нового, прогрессивного, всего того, что может изменить жизнь человека к лучшему.

Здесь, в точке встречи Востока и Запада, традиций и новаций, рождаются передовые направления в творчестве и искусстве, науке и технологиях, урбанистике и ресторанном искусстве. В этом может убедиться каждый, кто приедет в Пермь.

«Всё реально!» – этот слоган отражает преобразования в городе, программу юбилейных мероприятий, да и сам город и его жителей. Стать Олимпийским чемпионом, добиться мировой известности, разработать и произвести опережающий время авиационный и ракетный двигатель и сделать ещё много того, что раньше казалось нереальным. В Перми – всё реально здесь, сейчас и для каждого.

ТРИСТА ЛЕТ
ПЕРМИ



ВСЁ РЕАЛЬНО

30 DEMLINK

30 YEARS ANNIVERSARY



DEMLINK | Atlas