

№12 Сентябрь 2012

www.tourbus.ru

Турбизнес

Travel Trade Russia

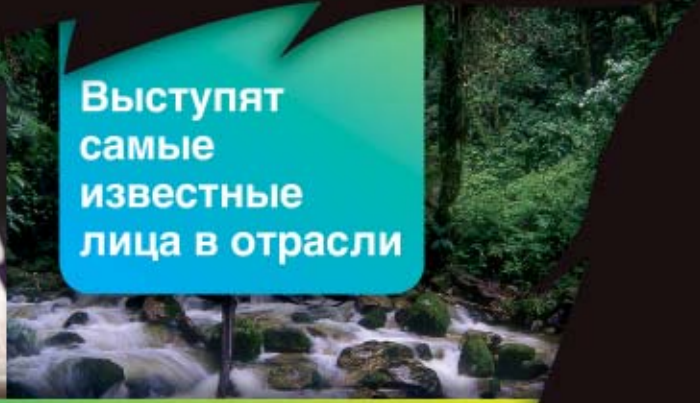
Покупка турфирмы



WWW.BREEZE.RU

**КРУИЗЫ
ОТ БРИЗА**

REGISTER
wtmlondon.com



Выступят
самые
известные
лица в отрасли

Как получать прибыль
от ответственного туризма

Получите статус
лица, отмечающего
Всемирный день
ответственного
туризма



Специальное предложение
по проживанию в отелях
От £90 за день проживания
(за основу берется 3-дневное пребывание)

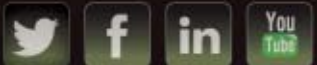
Заполните заявку сейчас, чтобы забронировать себе проживание в ближайших отелях и по лучшим ценам (включая в Aloft Hotel):
world-travel-market-hotels.co.uk/hotelpackages

Возможно групповое бронирование



WTM. Означает ответственный туризм

5-8 November 2012 • ExCeL London



Tourbusiness
WTM Official Media Partner


هيئة أبوظبي للسياحة والثقافة
ABU DHABI TOURISM & CULTURE AUTHORITY
WTM Official Premier Partner

world travel market 
The Leading Global Event for the Travel Industry

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



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

ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО...



9 сентября вступило в силу новое визовое соглашение между Россией и США. Теперь россияне и американцы, желающие побывать в РФ и США с деловыми или туристическими целями, могут получать многократные трехлетние визы. Соглашение также предусматривает отмену обязательных приглашений для выдачи виз, но американские заявители должны подтверждать бронирование отеля и договоренность с туроператором. Кроме того, сумма в \$100 долларов, взимаемая ранее с россиян за выдачу туристических и бизнес-виз на срок более года, снижена до \$20. Основной консульский сбор по-прежнему равен \$160.

В НОМЕРЕ

СОБЫТИЯ

- 10 Как превратить Россию в праздник

ТЕМА НОМЕРА

- 14 Туристический бизнес:
купить или строить с нуля?
17 Умные акулы и храбрые караси
18 Спрос на турфирмы диктует сезон
20 Большая распродажа
24 Делиться надо!

БИЗНЕС-ИДЕЯ

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

РЕГИОНЫ РОССИИ

- 30 Работа с брендами
31 Очень Дальний Восток
32 Туризм в стране поморов
34 Город, где стоит задержаться

ПРОФИЛЬ

ГОСТИНИЦЫ

КРУПНЫМ ПЛАНОМ

- 47 Свадебные туры

РЫНКИ

- 52 Sanus per aquam
56 Жаркое лето Абу-Даби
57 Дубай бьет рекорды
58 Эксперты по Доминикане
60 Острова везения
62 Европа из окна автобуса

МАСТЕР-КЛАСС

КРУИЗЫ

СТРАХОВАНИЕ

- 71 Неровный пульс сезона
72 Основной партнер

ПРАКТИКУМ

РАБОЧАЯ НЕДЕЛЯ

VIP-КЛИЕНТ

ВОПРОС МЕСЯЦА

ВЕРИТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО «РОСТУРПОМОЩЬ» СМОЖЕТ ПОМОЧЬ ТУРИСТАМ В СЛУЧАЕ БАНКРОТСТВА ОПЕРАТОРА?

15%

Да, я уверен, что такой фонд сможет помочь туристам

49%

Да, но только если в фонде действительно примут участие все туроператоры

27%

Нет, деньги фонда легко могут исчезнуть

9%

Я ничего не знаю о создании «Ростурпомощи»

Источник: интернет-опрос на сайте www.tourbus.ru

»» **\$46**

млрд вложит государство в развитие отечественного авиастроения, согласно проекту программы «Развитие авиапрома на 2013–2025 годы», подготовленного Минпромторгом. Документ должен быть утвержден до конца текущего года.

Точка опоры

Госкорпорация по туризму на Северо-Западе

Руководитель Республики Коми Вячеслав Гайзер решил создать государственную корпорацию, специализирующуюся на туризме. Заместитель генерального директора Фонда поддержки инвестиционных проектов в республике Юлия Рыбакова, которой поручена реализация данного проекта, подчеркнула, что основной задачей госкорпорации станет создание системы позиционирования туристического бренда Коми

и формирование необходимой инфраструктуры, а также бизнес-проектирование туристических кластеров и создание конкретных турпродуктов, включая их маркетинг. Финансирование новой структуры

предполагается осуществлять из разных источников, среди которых, как предполагается, будут местный и федеральный бюджеты, гранты и совместные программы с крупными туристическими компаниями.



Жизнь заставляет

Осенью на Allegro появятся дешевые билеты

Российские и финские железные дороги продолжают практику применения невысоких тарифов на отдельные рейсы скоростных поездов Allegro между Петербургом и Хельсинки. Железнодорожники признают, что скидочные тарифы призваны стимулировать спрос: после отмены поездов «Репин» и «Сибелиус» цены на проезд до Хельсин-



ки существенно выросли, что и привело к невысокой загрузке поездов Allegro — в первый год работы было занято в среднем лишь около трети мест. Росту спроса мешает и высокая конкуренция: из Петербурга до Хельсинки, кроме Allegro, можно добраться автобусом, самолетом и на пароме. В рамках осенней акции Allegro в октябре и ноябре билеты на один рейс в день в каждом направлении будут продаваться по цене 49 евро (40 евро — от Выборга до Хельсинки). Исключение составит четверг, а также праздничный период с 1 по 6 ноября (тариф будет выше на 10 евро). В сторону Хельсинки скидка дается в пятницу и воскресенье на рейс с отправлением из Петербурга в 6.40, во вторник и среду — на рейс в 11.25, в понедельник и субботу — в 20.25. В обратном направлении недорого можно будет уехать по средам, пятницам, субботам и воскресеньям рейсом в 6.12, по вторникам — в 15.00, по понедельникам — в 19.00.

ВЫЕЗД ГРАЖДАН РФ ЗА РУБЕЖ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2012

	1 ПОЛУГОДИЕ 2011	1 ПОЛУГОДИЕ 2012	ДИНАМИКА
Всего	18 264 147	19 830 011	+9%
Туризм	6 069 662	6 473 165	+7%
Служебные поездки	697 073	601 627	-14%

Источник: Ростуризм



Кто сказал, что если вы едете по делам, вас ждут только дела?

Командировки в Мадрид гарантируют множество положительных эмоций.

Ласковое солнце, удобно расположенные конференц-центры, великолепная кухня — вот лишь малая толика приятных сюрпризов, ожидающих Вас в испанской столице.

После дня плодотворной работы знаменитые музеи и стильные магазины обеспечат новый заряд бодрости, чтобы Вы могли насладиться бурлящей ночной жизнью города.

Расслабьтесь за столиком под открытым небом с бокалом вина и изысканными закусками или танцуйте до утра. В Мадриде есть все, что нужно для работы и отдыха на любой вкус.

ПОДГОТОВИЛИ
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ,
ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

»» **497,7**
млн человек перевезли Рос-
сийские железные дороги в
первом полугодии 2012 года,
по сравнению с аналогич-
ным периодом годом ранее
эта цифра увеличилась на
7,3%. В поездах дальнего
следования было обслужено
52,4 млн пассажиров (+2,2%).

Триллионы на реставрацию

Программа реставрации, реконструкции и сохранения исторического центра Петербурга оценивается в 4 трлн рублей. Такое заявление сделал губернатор города **ГЕОРГИЙ ПОЛТАВЧЕНКО**.

На первом этапе, после инвентаризации состояния кварталов центра, речь пойдет только о двух триллионах. Как отметил губернатор, Коломна и Конюшенная площадь выбраны потому, что там уже есть инвесторы, исторические здания и не так много коммуналок, которые надо расселять. Планируется, что с 2013 по 2018 год на эти два квартала городской бюджет потратит порядка 69 млрд рублей.

Следующий этап — еще 5 кварталов — потребует уже 360 млрд рублей, из которых на долю города придется около 200 млрд рублей, а остальное — на федеральные и частные



инвестиции. Приведение в порядок всего исторического центра, по самым скромным подсчетам, оценивается в 4 трлн рублей. Георгий Полтавченко подчеркнул, что,

несмотря на внешнюю ухоженность, центр Петербурга сильно одряхлел, и надо приложить много усилий для того, чтобы привести его в достойное показавшееся состояние.

FITWORKSHOP

moscow / 2012

2 октября / Новотель Москва Центр

ПЕРВЫЙ ВОРКШОП ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ
ТУРИЗМУ В РОССИИ!

зарегистрироваться
www.fitworkshop.ru

Организаторы: **Карлсон Туризм** **Турбизнес**

Новый формат

С 1 сентября компания «РЖД Тур» запустила анонсированную программу железнодорожных туров выходного дня

«**В**озрождение и развитие железнодорожного туризма — в первую очередь в формате путешествий выходного дня — одна из наших приоритетных задач», — говорит генеральный директор «РЖД Тур» Сергей Ильягуев. Экскурсионные маршруты,

организуемые в рамках провозглашенного президентом РФ Года российской истории, включают наиболее известные памятники истории и культуры России, в том числе и те, что входят в список Всемирного наследия человечества ЮНЕСКО.

ВЪЕЗД ЗАРУБЕЖНЫХ ГРАЖДАН В РФ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2012

	1 ПОЛУГОДИЕ 2011 ○○○○	1 ПОЛУГОДИЕ 2012 ○○○○	ДИНАМИКА ○○○○○○○○
Всего	11 470 831	13 154 723	+15%
Туризм	817 215	993 383	+22%
Служебные поездки	2 746 538	3 174 544	+16%

Источник: Ростуризм

amazing THAILAND

Always Amazes You

Туристическое Управление Таиланда
Московский офис
www.tourismthailand.ru

Россия, 101000 Москва
Б.Спасоглинищевский пер., д. 9/1, стр. 16, офис 4
Тел.: (495) 623-25-05
Факс: (495) 623-27-73
info@tourismthailand.ru



Становитесь друзьями Таиланда на сайте
www.fanclub.tourismthailand.ru

В один Link

Сегодня перспективы предоставления туристических услуг через интернет, так называемой эры Digital Travel, ни у кого не вызывают сомнения. Огромный потенциал этого рынка, подкрепленный все большей степенью проникновения интернета в России и готовностью наших граждан к электронным покупкам, делает его крайне привлекательным. Многочисленные сайты онлайн-тревел агентств, авиакомпаний, билетные агрегаторы находятся в постоянном поиске расширения предоставляемых услуг. О готовом инновационном решении рассказывает **Екатерина Кузьминова**, директор департамента массовых видов страхования Ренессанс страхование.

Стратегия нашей компании – это сервис через технологии и для клиентов, и для партнеров. Отслеживая тенденции туристического рынка, мы поняли, что новый этап развития отрасли требует новых решений, и сегодня мы с гордостью заявляем, что оно у нас есть.

Весной этого года Ренессанс страхование выпустила уникальное предложение – Link. Эта технология уникальна на российском рынке розничного страхования. Она представляет собой простое и эффективное решение, которое позволяет нашим партнерам не только увеличить число своих продуктов, но и повысить доход с каждого клиента за счет продажи ему страховых полисов.

Мы создали удобное IT решение, которое встраивается в интерфейс сайта или программы для выписки путевок или билетов у партнера. Одним нажатием кнопки можно добавить к путевке удобный для продажи полис по страхованию выезжающих за рубеж, от несчастного случая или страхование квартиры.

Это ноу-хау российского рынка востребовано, прежде всего, турфирмами, банками, агентствами недвижимости.

Для турфирм Link – это приложение, которое легко встроить в любую информационную систему. Весь процесс внедрения займет не более одной недели.

В дальнейшем, используя электронный документооборот, безо всякой бумажной волокиты, партнеры смогут предлагать своим клиентам высокотехнологичный сервис по покупке полисов выезжающих за рубеж. При этом весь процесс продаж полностью автоматизирован и никаких дополнительных временных затрат со стороны компаний – партнеров не потребуется.

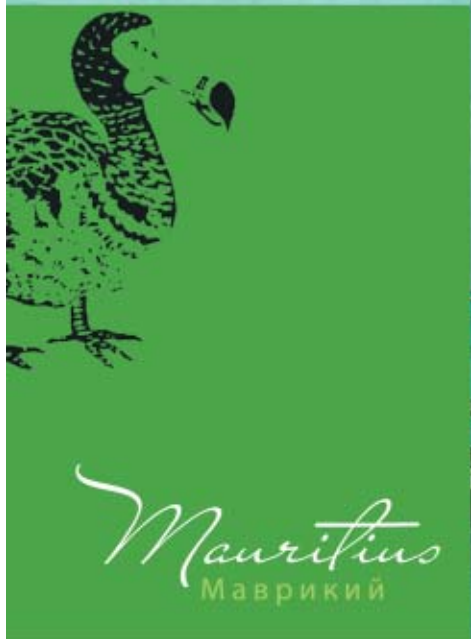
Приложение Link позволяет выбрать один из трех вариантов эффективного сотрудничества: покупка и оформление страховки полностью на вашем сайте, возможность добавить страховку при покупке вашего продукта и переход на наш сайт.

При любом виде сотрудничества по Link наша компания осуществляет начисление агентской комиссии, которое варьируется в зависимости от типа взаимодействия. Таким образом, наш партнер не только значительно улучшает предоставляемые услуги, но и имеет возможность значительно увеличить прибыль.

Для туроператоров мы встраиваем приложение Link в web-интерфейс компании для автоматизации продаж как годовых, так и разовых страховых полисов выезжающих за рубеж. При этом мы за свой счет проводим проверку технической возможности информационных систем партнера, предлагаем стандартный процесс заключения договора и вознаграждения, а также единый для всех формат обмена данными. Осуществление продаж в электронном виде не только снижает затраты на новый вид сервисных услуг, но и в итоге исключает ситуации, когда страховой случай у клиента уже произошел, а полис до компании еще не доехал.

Link – это просто и технологично. Готовы ли вы открыть для себя новые возможности для ваших клиентов – единственный вопрос, на который вам предстоит найти ответ самостоятельно, с остальными особенностями Link вам помогут разобраться наши эксперты.





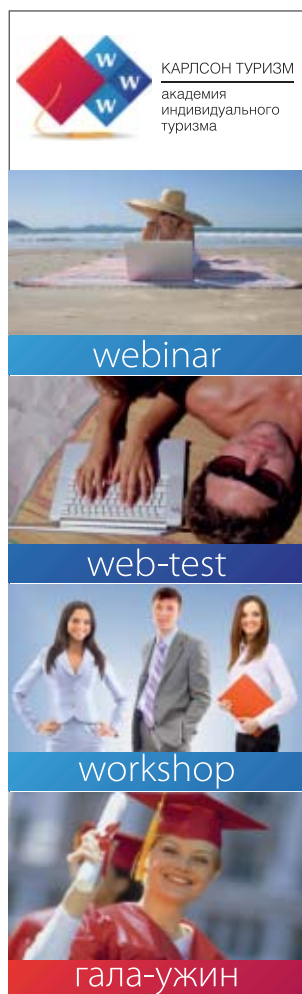
Mauritius

www.tourism-mauritius.mu



Karlson раскроет секреты FIT-туризма

В этом году «Карлсон Туризм» отмечает 15-летие работы на российском рынке. Компания хорошо известна как оператор, работающий в нише индивидуального туризма. По сути, это уникальная позиция, ведь большинство отечественных турфирм специализируются на обслуживании клиентов в массовом сегменте либо исключительно в сегменте «люкс». География предложений «Карлсон Туризм» охватывает весь мир. На некоторых направлениях оператор занимает особо сильные позиции и имеет яркие конкурентные преимущества.



Прежде всего, это впервые предложенный еще 10 лет назад инструмент бронирования «Тарифы онлайн». В одном интерфейсе представлен широкий спектр предложения от авиакомпаний, отелей, компаний по аренде автомобилей. Аналогов этой системы на отечественном рынке до сих пор нет. Еще одна сильная сторона компании — индивидуальные туры по целому ряду направлений. В Европе — это Италия, в том числе Сардиния, Франция, которая, кстати, в этом году дополнилась групповыми турами, Австрия, Швейцария. У оператора очень сильные позиции по США. Блок пляжного отдыха охватывает острова Индийского океана, ОАЭ, страны Юго-Восточной Азии. Компания активно развивает и такое направление, как морские круизы под брендом CruiseLuxe. Нынешней осенью, подводя итоги 15-летней работы, оператор реализует еще один уникальный проект, получивший название «Академия индивидуального туризма». Проект включает три этапа: обучение (вебинары), онлайн-тестирование (веб-тест) и в заключение — FIT-Workshop Moscow 2012. Проект стартовал в сентябре и продлится до октября.

FIT-Workshop Moscow 2012 подготовлен и реализуется совместно с ИД «Турбизнес». Этим мероприятием оператор хочет заявить рынку, что сегмент индивидуального туризма не только существует, но и весьма динамично развивается.

Сегодня это одно из самых интересных, прибыльных и перспективных направлений туристической деятельности. Не секрет, что с развитием интернета самостоятельных туристов становится все больше, все чаще клиенты турфирм уходят в «самостоятельное плавание». Однако существует много возможностей не только удержать их, но и привлечь новых туристов, а также поднять рентабельность бизнеса. Сотрудники «Карлсон Туризм» расскажут, как это сделать.

На FIT-Workshop Moscow 2012, который состоится 2 октября в «Новотель Центр Москва», приглашены иностранные партнеры оператора, авиакомпании, отельеры, офисы по туризму зарубежных стран. Во время мероприятия состоятся деловые встречи, пройдут презентации специалистов «Карлсон Туризм» по блокам направлений: горнолыжному отдыху (включая популярные европейские и американские курорты), пляжному отдыху, уникальным экскурсионным программам по Европе, Америке, Азии. Будет представлена коллекция самых популярных и ярких экскурсионных программ. В сегменте «морские круизы» акцент будет сделан на круизы класса «люкс».

Во второй части workshop запланирована деловая игра для профессионалов. Участником этого квеста может стать любое агентство, которое прошло регистрацию. В заключение FIT-Workshop Moscow 2012 состоится большой розыгрыш призов.

Узнать все подробности и зарегистрироваться для участия в workshop можно на сайте www.fitworkshop.ru



«Технологии» и выпуски Destinations

В преддверии выставки «Отдых» в рамках проекта Destinations вышли пять тематических выпусков журналов «Турбизнес» и Business Travel. Также увидел свет свежий выпуск приложения «Технологии».

«Америка. Путешествие в Страну мечты» — первое издание в сфере профессионального туризма в России, рассказывающее об этом перспективном туристическом направлении. Наиболее важные регионы и виды туризма представляют российские туроператоры, члены партнерства VisitUSA Russia. На портале Tourbus.

ru будет представлена расширенная и дополненная версия этого тематического выпуска.

Еще одной новинкой для российского туристического рынка стало подготовленное совместно с организацией Hamburg Tourismus издание «Гамбург. Город на Эльбе, полный жизни». Здесь представлены туристические возможности

Гамбурга, значительное внимание уделено экономической инфраструктуре морской столицы Германии, ее оздоровительному потенциалу и деловому туризму. В августе специалистам отрасли был представлен выпуск о Дубае, вышедший в нестандартном для проекта Destinations формате А5. В издании эмират освещен как одно

из ведущих MICE-направлений. Также наши читатели получили обновленные тематические выпуски «Баварский маршрут» и «Валле-д'Аоста. Горная жемчужина Италии», ставшие ежегодными. Электронные версии всех тематических выпусков представлены на сайтах www.tb-magazine.ru и www.tourbus.ru, где также размещены подготовленные в рамках проекта Destinations ежеквартальные информационные онлайн-бюллетени аэропорта Мюнхена, управлений по туризму Франкфурта и Саксонии.

Ежегодный тематический выпуск «Технологии» представляет новости и аналитику самого динамичного сегмента туристической индустрии.



ERV и туристическая компания — это самое очевидное и взаимовыгодное сотрудничество в страховании путешествующих!

ERV — это лучший продукт на мировом рынке туристического страхования, высокий уровень обслуживания и передовые технологии B2B;

ERV — это более 100 лет работы в сфере туристического страхования и десятки миллионов клиентов ежегодно по всему миру.

Как превратить Россию в праздник

Перспективы создания туристических событий национального масштаба и проблемы, связанные с разработкой и продвижением межрегиональных туристических продуктов, стали основными темами состоявшегося в Петербурге совещания, организованного по инициативе Департамента туризма и региональной политики Минкульта РФ.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



« Нам необходимо объединить весь интересный туристу потенциал России в рамках единого ресурса. А для этого нужно создавать в стране единое туристическое пространство, в котором потенциальный турист, будь он нашим соотечественником или гостем из-за рубежа, мог бы легко выбрать для себя тот продукт, который ему интересен. Не расходиться по углам, преследуя свой интерес, а работать вместе для общей выгоды — вот наша задача »»

СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ

Директор департамента туризма и региональной политики Минкульта РФ

Департамент в ближайшее время намерен провести целую серию аналогичных состоявшемуся в городе на Неве совещаний по всей стране: на них представителям местного туристического бизнеса будет предоставлена возможность высказаться по данной тематике. Организаторы ждут и конкретных деловых предложений, которые могли бы способствовать реализации идеи единого туристического пространства: они могут касаться разных направлений туризма, однако акцент делается на тех, которые находятся на стыке с культурой.

«Есть идея организовать в России систему переходящего празднования Нового года, — делится планами Сергей Корнеев. — Его ежегодное общенациональное празднование будет перемещаться из одного города в другой, причем центрами таких событий станут не только крупные города, но и относительно небольшие. И у каждого такого праздника будут местные особенности, связанные с традициями и спецификой конкретного региона».

Возможность каждый год проводить праздник в новом месте, использование местных исторических и культурных особенностей, дополненное широкомасштабной поддержкой на федеральном уровне, должны дать толчок продвижению как конкретной территории, так и страны в целом. Министерство обещает поддерживать и уже имеющиеся в арсенале территорий событийные мероприятия (Масленица, Сабантуй и другие). Однако в каждом случае событие будут рассматривать и с точки зрения его потенциала, способного привлечь в регион дополнительные потоки туристов. В том числе речь идет и о таком направлении, как этнотуризм: в сентябре в Минкульте состоится специальное совещание, на котором проблему развития этнотуризма в России обсудят отдельно.

Любые инициативы на министерском уровне находят понимание: уже создана рабочая груп-

па, которая тесно взаимодействует с реконструкторами, появятся аналогичные группы по малым городам и другим направлениям. Тот факт, что появление больших и хорошо организованных событий напрямую ведет к росту турпотока, подтвердил председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы Сергей Шпилько: масштабная историческая реконструкция в Коломенском, состоявшаяся в июле этого года, собрала зрителей почти втрое больше, чем год назад.

«Надо понимать, что событий мирового масштаба, на которые люди съезжаются со всего света, не так много. И большая часть из них имеет очень длинную, подчас многовековую историю, — констатировал Сергей Шпилько. — Пытаться копировать их бессмысленно — надо создавать свои. Сделать это чрезвычайно сложно. Но можно».

По его мнению, российские события, имеющие огромный туристический потенциал, должны отвечать, по крайней мере, трем критериям: быть максимально зрелищными, «упакованными» в туристический формат и опираться на достаточно мощные социальные движения.

«Да, фестиваль света, который с успехом проходит в Москве, неплох. Но это «сетевое» событие — аналогичные проводят еще примерно в 60 городах мира, и поэтому сделать его «лицом» столицы чрезвычайно сложно, — уверен Сергей Шпилько. — А вот масштабные исторические реконструкции — совсем другое дело: подобных в мире нет, и именно это направление видится наиболее перспективным. Оно отвечает всем обозначенным критериям. Клубы реконструкторов существуют в десятках городов России и мира, и благодаря этому мероприятия получают и существенную материальную поддержку».

«Обычно фестиваль реконструкторов — достаточно камерное событие, проводимое прямо на месте определенной битвы, — отмечает руководитель московского туризма. — Однако идея заключается в том, чтобы сделать такое мероприятие боль-

шим по масштабам (с участием нескольких тысяч реконструкторов) и уйти от его «привязки» к конкретной местности, соотнося только со временем. Уверен: при условии должного финансирования и «раскрутки» через несколько лет фестиваль, подобный проведенному в Коломенском, может собирать до миллиона гостей».

Есть и проблемы. «Очень важно избежать «распила» средств, — убежден Сергей Шпилько. — Потому что как только организаторы начинают воровать, они тут же лишаются поддержки того социального движения, на основе которого событие и строится. Без подпитки от социума оно становится тусклым и никому не интересным».

Все участники совещания уверены: подход к формированию единого туристического пространства в России должен быть системным и включать в себя не только стремление создать спектр интересных событий. Нужно развивать инфраструктуру, координировать действия бизнеса, продвигать потенциал регионов, создавать межрегиональные маршруты.

Георгий Мохов, заместитель Сергея Шпилько, привел такой пример: «В прошлом году мы целенаправленно делали пакет под названием «Встреть Новый год в Москве», используя три варианта размещения. Самый дешевый — трехдневный, включающий размещение в отеле уровня 3* и экскурсионный пакет, без дороги до

столицы стоил около 4 тысяч рублей. Те фирмы, которые реализовывали пакет, зафиксировали 30%-ный рост продаж туров в Москву». В результате появилась организация «Мостурпул», которая создает некий стандартизированный продукт, его на равных продают все участники рынка. А сейчас задача стоит шире — в столице задалась целью формировать межрегиональные программы, в которые включаются разные объекты разных территорий. И в сентябре на Международном туристском форуме планируется заключить соглашения именно такого плана. Другие участники совещания поддержали идею формирования единого туристического пространства. Однако Тамара Власова, президент Национальной академии туризма, попросила министерских чиновников точнее формулировать те задачи, которые они ставят перед туристическим сообществом. «Нам хотелось бы, чтобы в Москве были точно определены те направления, которые нужно развивать, а туризм в целом получил бы четкие стандарты, — заявила она. — Они должны касаться всех его составляющих, включая подготовку специалистов».

Сергей Корнеев пообещал проводить подобные совещания в «зеркальном» формате: схожие состоятся во многих других городах, что позволит скорее реализовать идею создания единого для страны туристического пространства. **Тб**



« Как только организаторы начинают воровать, они тут же лишаются поддержки того социального движения, на основе которого событие и строится. Без подпитки от социума оно становится тусклым и никому не интересным >>>

СЕРГЕЙ ШПИЛКО

Председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы

VIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ВЫСТАВКА
ИНТУРМАРКЕТ
2013
16-19 марта

Москва, МВЦ «Крокус Экспо», Павильон №1

Официальная государственная поддержка
1300 участников из более чем 140 стран и регионов мира
75 000 посетителей
Насыщенная деловая программа
Выставочная площадка №1 в России
Онлайн-регистрация

Специализированная программа деловых мероприятий
Hosted Buyers
(Профессиональный покупатель)
регистрация **ОТКРЫТА!**

ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА

- Федеральное агентство по туризму
- Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы

СТРАНА ПАРТНЕР ВЫСТАВКИ

- Китай

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

- ITM

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РОССИЙСКИЙ ПАРТНЕР

- Автомат

ОРГАНИЗАТОР ВЫСТАВКИ

экспотур

www.itmexpo.ru

»» 88,5%

составила в среднем загрузка лондонских гостиниц в период проведения Олимпиады-2012. Это на 4,8% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Доходы отельеров британской столицы из расчета прибыли при продаже одного номера выросли на 86%.

Нашли решение

Калининградская область намерена войти в ФЦП через концепцию туризма

«Мы ожидаем появления документации, которую сможем представить в Москве для вхождения в Федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ в 2011–2018 годах», — подчеркнула руководитель Агентства по туризму Калининградской области Елена Кропинова. Речь идет о конкурсе на тему «Разработка концепции комплексного развития туризма в Калининградской области на 2012–2018/2022 годы», которая включает мероприятия по развитию (восстановлению, созданию) туристической инфраструктуры, перечень имеющихся (воссоздаваемых) объектов с привязкой к конкретным туристическим зонам региона.

В конкурсе участвовали 4 организации, по результатам расчета итогового рейтинга каждой заявки победителем признано ФГУП ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», которое ранее принимало участие в разработке общей для страны ФЦП. В Калининградской области концепция развития туризма на ближайшие 10 лет должна быть разработана к концу этого года.

Проектом меньше

Компания Setl Group приняла решение отказаться от масштабного проекта строительства гостиничного комплекса рядом с дворцово-парковым ансамблем в Петергофе

Setl Group сообщили, что проект под названием «За гербом» предполагал строительство гостиницы с торговыми площадями и офисами общей площадью около 100 тысяч квадратных метров и объемом финансирования около 5 млрд рублей. Но его подготовка чересчур затянулась, а теперь в связи с тщательной проведенным анализом рентабельности строительства объекта и вовсе признано нецелесообразным. В результате правительство Петербурга должно признать утратившим силу постановление от 7 июня 2010 года, согласно которому инвестору предоставили в аренду участок площадью 12,7 га в Петергофе. В соответствии с документом, до июля 2016 года здесь планировалось построить три гостиницы и столько же административных зданий, подземный паркинг и торговый комплекс.



ЗАБОТА О БЛИЗКИХ ВМЕСТЕ С «ПРОФКУРОРТ»




Приглашая к сотрудничеству, мы предлагаем выгодные условия реализации путевок:

Теперь все что вам нужно это заключить один договор с СКО ФНПР «Профкурорт», который объединяет здравницы в 14 регионах России!

Выбор тура, бронирование, подтверждение, выдача путевок, все эти действия производятся за 10 минут, используя любое устройство с выходом в интернет!

- доступ к on-line бронированию
- гарантированные места в здравницах на выгодных условиях
- информация о наличии свободных мест в здравницах в режиме реального времени
- мгновенное подтверждение заказа
- достойное агентское вознаграждение
- скидки и бонусы

ЗАО «СКО ФНПР «ПРОФКУРОРТ»

Москва, Болотная, 18
Телефон/факс: (495) 664-23-28
www.profkurort.ru; profkurort@profkurort.ru

Источники: Ростуризм

ТОР-10

ИНОСТРАННЫЕ ТУРИСТЫ В РФ*

1 Германия	143,7
2 Китай	112,8
3 США	63,5
4 Франция	51,5
5 Финляндия	51,3
6 Великобритания	50,8
7 Италия	47,7
8 Турция	46,6
9 Израиль	34,0
10 Испания	23,0

*Тысяч человек. Данные за первое полугодие 2012, въезд с целью туризма

ВЪЕЗДНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА*

1 Турция	936,4
2 Египет	803,9
3 Китай	572,7
4 Таиланд	458,5
5 Германия	334,6
6 Испания	291,7
7 ОАЭ	265,3
8 Италия	265,0
9 Финляндия	245,2
10 Греция	203,7

*Тысяч человек. Данные за первое полугодие 2012, въезд с целью туризма

Источники: Ростуризм

«Нева»: отличная школа туризма

Осенью московский филиал турфирмы «Нева» отмечает юбилей – 20 лет успешной работы. О том, чего удалось достичь за это время, о новостях и планах на будущее рассказывает директор филиала **ЕЛЕНА САДКОВА**.

БЕСЕДОВАЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Елена, какие события стали для московского офиса «Невы» самыми важными в 2012 году? Наиболее важным для компании было то же, что и для отрасли в целом. Прежде всего, это,

конечно, изменения в федеральном Законе о туризме, экономический кризис, крах «Ланта-тур вояж». Последнее событие стало для нас очень неприятным сюрпризом, так как банкротство столь крупного туроператора нанесло удар по имиджу отрасли в целом.

Новости московского офиса «Невы» — расширение географии наших турмаршрутов. Например, осенью мы выходим на новое для нас направление — Хайнань. Уже второй год подряд выполняем программы по Мексике, и весьма успешно. В целом зима не обещает быть легкой, но мы будем стараться сохранить объемы продаж и увеличить рентабельность.

С какими достижениями московский офис подошел к своему двадцатилетию? Число наших направлений неизменно росло на протяжении 20 лет работы. Но мир не безграничен, и в последние годы мы улучшаем качество обслуживания по уже существующим направлениям. Обновляем программы, чтобы каждый турист мог найти для себя интересный отдых. Сейчас турпоток вернулся на свой докризисный уровень, и мы прилагаем все усилия для его сохранения. Очень большую роль здесь играет наша агентская сеть, которая расширяется с каждым годом. И потенциал для ее развития очень высок.

Кадры в туризме решают все. Расскажите, пожалуйста, о коллективе московского офиса «Невы». Сегодня в московском офисе «Невы» трудятся около 180 человек. Стаж сотрудников среднего звена и топ-менеджмента исчисляется годами. Большинство людей работают у нас по пять и более лет. Так что коллектив у нас очень дружный и стабильный. К нам на практику приходит много студентов. Лучшие остаются работать после учебы, некоторые успешно двигаются по карьерной лестнице. Конечно, приходят

к нам и известные на туррынке профессионалы. Так, с недавнего времени у нас работает Ольга Старовойтова, которая заняла должность руководителя департамента авиаперевозок. А департамент иностранного обслуживания возглавила Светлана Антонова. Эта структура отвечает за контроль качества услуг, оказываемых туристам за рубежом, а также за брендинг наших принимающих офисов. Каждый год мы организуем интересные, запоминающиеся корпоративные мероприятия. Например, в прошлом году на мероприятии, посвященном Новому году, наши сотрудники побывали в круизе на пароме из Санкт-Петербурга в Хельсинки. Летом мы каждый год проводим «День здоровья» с выездом за город, на природу. Двадцатилетие московского офиса также отметим интересно и весело.

«Нева» использует систему франчайзинга. Каковы результаты ее работы и планы по дальнейшему развитию? Система развивается очень успешно. У нас много новых агентств, желающих вступить во франчайзинг. В идеале мы хотим иметь агентства «Невы» у каждой станции московского метрополитена. И активно работаем над этим. Отмечу, что агентства, вступившие во франчайзинг, ответственно относятся к своей работе и мы ими очень довольны. Летом мы объявили несколько конкурсов, посвященных юбилею московского филиала. Их победители в сентябре поедут в «директорский» тур в Болгарию и Черногорию. Обещаю, что поездка будет очень интересной и совсем не утомительной.

Елена, в чем заключаются конкурентные преимущества московского офиса компании? Надежность, стабильность, предвидение развития событий, четкая проработка полетных программ и множества экскурсионных туров. Плюс, безусловно, многопрофильность. Ведь сейчас в нашем каталоге более 60 направлений. И еще раз хочу отметить высокий профессионализм сотрудников нашей компании. Всем известно, что «Нева» — очень хорошая школа туризма.



О ПЛАНАХ НА БУДУЩЕЕ

«Планов очень много — они касаются всех аспектов нашего бизнеса. Это открытие новых направлений, разработка интересных экскурсионных туров. В последнее время мы отмечаем рост интереса к отдыху в России. Наши туристы охотно едут на Черноморское побережье Кавказа, посещают города Золотого кольца России. Большим спросом пользуется Белоруссия. По этим направлениям мы также надеемся укрепить свои позиции >>>

ЕЛЕНА САДКОВА



Туристический бизнес: купить или строить с нуля?

Многие бизнесмены сегодня задумываются о том, что выгоднее: приобрести готовую туристическую компанию или все начинать самому, с нуля. О тонкостях покупки корреспондент «ТБ» беседует с опытным экспертом – это управляющий директор «Юридического Агентства Персона Грата» **ЮЛИЯ МОХОВА**. Продажа и покупка туристического бизнеса выделены в этой компании в отдельное направление деятельности.

Насколько привлекательно с экономической точки зрения приобретение работающей туристической компании? Практика покупки действующего туристического бизнеса стала весьма популярной в последние 2–3 года. Это связано с тем, что многие представители малого бизнеса обратили свое внимание на возможность открытия туристических компаний с небольшим порогом вхождения. По данным наших специалистов отдела продажи готового бизнеса, стоимость «однокомнатного» агентства в Москве колеблется от 300 тысяч до 2 млн рублей. По современным меркам – это небольшая сумма,

которая позволяет приобрести уже действующий бизнес с налаженной инфраструктурой, оборудованным офисом, клиентской базой и рекламой. Больше всего сделок по приобретению готового бизнеса заключается с конца января до середины апреля: новые владельцы ориентируются на летний сезон, чтобы свести к минимуму свои расходы и быстрее вернуть вложенные средства. Иногда выгодно приобрести фирму с некоторыми недостатками: такие предложения на рынке действующего бизнеса есть и стоят они значительно дешевле. Можно купить неоптимальный или даже неудачный бизнес, а потом наладить произ-



водственный процесс, что называется, под себя и получить действующий инструмент бизнеса за сравнительно небольшие деньги.

То есть это заметно выгоднее, чем создание компании с нуля? Проблемы старта неизбежны для любой новой компании, и туристический бизнес — не исключение. Приведу несколько примеров типичных ошибок, с которыми сталкиваются те, кто открывает турфирму с нуля. Во-первых, отсутствие четкого бизнес-плана, концепции проекта, расчета конкурентных преимуществ, финансового планирования и невнимание к организационной работе. Во-вторых, конфликты с партнерами. Случаев, когда бизнес еще не заработал, а его уже делят, к сожалению, очень много. Здесь рецепт один: дружба дружбой, а деньги врозь. То, что прощается по дружбе, бизнес не терпит, порождая конфликты и взаимные претензии. В-третьих, недостаточность первоначальных капиталовложений. Открытие турбизнеса на последние деньги часто заканчивается на стадии организации и оборудования офиса. В-четвертых, ожидание значительных результатов в первый год деятельности. Возврат вложенных денежных средств в первый год работы, конечно, не утопия, но и далеко не всегда достижимая задача. Часто это не принимается в расчет, вызывая затем потерю интереса к бизнесу, который и через год требует не меньшего внимания, чем вначале.

Наконец, ошибки в ведении бухгалтерского учета. Недостаточное внимание к ведению бухучета, оформлению первичных документов и документообороту компании нередко приводит к неоправданно высоким налогам или штрафам. Случается даже, что по результатам первого года деятельности проще закрыть компанию, чем восстанавливать учет.

Как лучше всего оценить стоимость бизнеса, который вы хотите купить? Оценка реальной стоимости туристической компании — непростая задача. Часто цена, заявленная учредителями, основывается лишь на их представлении о том, сколько они хотят получить для компенсации своих затрат на организацию бизнеса. Когда компания оценивается профессионалами и производится выборочный аудит (проверяются финансовые показатели, эффективность деятельности и т.п.), ранее объявленная цена, как правило, существенно понижается. Многое зависит от формальностей, от налаженного бухгалтерского учета и рабочего процесса, даже от способа оформления аренды и прочих факторов, требующих комплексной оценки. Естественно, что при выборе такой компании у покупателя обычно возникает множество вопросов, для решения которых нужна работа специалистов: необходимо провести юридическую экспертизу, выборочный аудит, возможно, восстановление учета, реоформление трудовых отношений.

Как лучше всего проверить турфирму перед покупкой? С юридической точки зрения как минимум нужно проверить наличие учредительных, регистрационных документов, необходимых разрешений (например, на рекламную вывеску); проверить достоверное ведение бухгалтерского и налогового учета, своевременную подачу отчетности, кассовую и договорную дисциплину, документооборот, оформленный договор аренды, договоры на связь, интернет, охрану, наличие правоустанавливающих документов на доменное имя веб-сайта компании, товарный знак, используемое программное обеспечение, оформление трудовых отношений с работниками, отсутствие задолженностей перед партнерами, неисполненных судебных решений или текущих судебных процессов.

Что важно учитывать при покупке турфирмы? Необходимо оценить эффективность ведения бизнеса, перспективы его развития, и то, насколько это возможно в покупаемой компании. Нужно ознакомиться с рекламным планом, клиентской базой, программой развития. Особое внимание обратите на обучение и профессиональную подготовку сотрудников. После достижения всех договорен-



<< Разброс цен на турагентства в Москве составляет от 300 тысяч до 2,5 млн рублей. Обычно цена формируется исходя из годовой или 10-месячной чистой прибыли компании. Чаще покупают агентства стоимостью до миллиона рублей >>>

ЮЛИЯ МОХОВА

>>> Как правило, цена, заявленная учредителями, основывается лишь на их представлении о том, сколько они хотят получить, чтобы компенсировать свои затраты и, конечно, заработать. Реально эта формула на данном этапе развития отрасли работает крайне редко.

»»» Покупка готового туристического агентства – сложная сделка: подготовка и анализ документов, оценка рисков, сопровождение в процессе переговоров – задача юристов и специалистов, которые имеют большой опыт работы в сфере туризма. Именно опыт часто играет решающую роль при определении позиций на разных этапах сделки – одной лишь квалификации бывает недостаточно.

ностей должен быть составлен договор, четко прописывающий все аспекты сделки. Обычно в нем оговариваются такие пункты, как точное определение того, что передается, кем и кому, по какой цене (этот пункт может включать указание ценности каждого подпункта имущества); подробности относительно всех расщрочек и обязательств, которые вы готовы принять при совершении покупки; способ оплаты, к какому сроку, каким именно образом; все изменения в цене, которые могут случиться между моментом подписания договора и окончанием сделки (может быть включена распродажа имущества, приобретение оборудования, налоговые выплаты и т.д.); гарантии продавца относительно надежности предоставленной информации и дополнительные условия на случай, если эта информация окажется ложной (штрафные санкции, применяемые к продавцу) и многое другое.

Какие «подводные камни» существуют при покупке готового бизнеса? Самые распространенные ошибки при покупке туристического бизнеса – это доверие покупателя к продавцу и желание сэкономить на проведении сделки. Многие покупатели, особенно не имеющие опыта работы в туризме, слушая продавца, верят ему на слово и забывают или недостаточно времени тратят на проверку и оценку (аудиторскую, юридическую) документов, ответствен-

ности перед партнерами, третьими лицами. Для этих целей следует привлекать специалистов, способных не только выявить проблему, но и решить ее. К основной проблеме при продаже бизнеса можно отнести оценку реальной стоимости туристической компании.

Вероятно, серьезную проблему сегодня представляет и двойная бухгалтерия?

Так и есть. Часто значительная часть денежных средств, поступающих в качестве оплаты туров, особенно наличных денег, не проводится по официальному учету. Связано это со многими факторами: высокими налогами, сложным учетом, неумением или нежеланием наладить грамотную финансовую схему работы и другими причинами. Бывают ситуации, когда «белые» показатели многократно расходятся с реальным оборотом компании. При этом для легальной сделки, естественно, будут применяться официальные данные учета, а «черную» бухгалтерию вам придется принять на веру, поскольку ее данные невозможно проверить по легальным документам. Сейчас ситуация на рынке меняется, все больше фирм «обеляет» бухгалтерию, и при выборе компании на это следует обратить самое пристальное внимание. Но что делать, если вам предложили выгодно купить компанию с «черным» учетом? Ответ на этот вопрос невозможно дать без оценки предприятия в целом – как имущественного и производственного комплекса.

Многие, прежде всего, смотрят на удачное расположение приобретаемого офиса. Насколько это действительно важно?

Бывает, что туристический офис, расположенный в проходном месте, действующий на протяжении нескольких лет и активно рекламирующийся во многих изданиях, при оценке юридической составляющей оказывается не самым удачным вариантом для капиталовложений инвестора. Нарушения и налоговые риски столь велики, что вся выгода от деятельности может пойти на выплату недоимок и штрафов по налогам и восстановление учета. Не говоря уже об административной и уголовной ответственности руководителя. Однако при этом существует возможность создания нового юридического лица, что часто используется при покупке турфирм именно по причине «неграмотного» учета. Необходимо оценивать все плюсы и минусы в комплексе. Возможно, вы увидите положительные факторы, которые перевесят все минусы и станут основой вашей мотивации при выборе приобретаемой фирмы. Например, выгодное расположение офиса, удачное и узнаваемое название, сложившийся круг клиентов могут перевесить проблемы с бухгалтерским учетом и несколько непогашенных претензий туристов.

Тб



Умные акулы и храбрые караси

Процессы глобализации уже затронули российский туристический рынок. Акулы турбизнеса из Европы и Азии ворвались в нашу «заводь» практически одновременно. С разницей в год-два иностранные компании развернули бурную деятельность по освоению перспективного, по общему мнению, рынка. Но, столкнувшись с российскими реалиями, некоторые западные туроператоры свернули свою деятельность в нашей стране. Другие ее реструктурировали, уходя от колоссальных убытков.

Генеральный директор компании «Мегаполис турс» **ВИКТОРИЯ КИЗИМОВА** рассказывает об одной из крупнейших сделок по приобретению российской турфирмы.

Мировой туристической корпорации — швейцарскому холдингу Kuoni — удалось совместить российскую энергию и европейский прагматизм, нашу «бизнес-наглость» и буржуазную осторожность. Сегодня туроператор «Мегаполис турс», выступая официальным российским представительством корпорации Kuoni, выглядит островком стабильности и надежности. Особенно на фоне слухов и домыслов, возникших после банкротства нескольких крупных туроператорских компаний и изрядно подорвавших авторитет российских партнеров.

КАК ЭТО БЫЛО

Корпорация Kuoni обратила свой взор на российский туристический рынок в 2006 году, когда занялась поиском компании, на которую можно было бы возложить функции своего представительства. В Москву была направлена группа швейцарских специалистов-аналитиков, чтобы подготовить для штаб-квартиры компании развернутый отчет о крупнейших игроках и их деятельности на российском туроператорском рынке.

На момент приезда швейцарской делегации в Москву «Мегаполис турс» был многопрофильным туроператорским предприятием с 12-летним стажем, занимал устойчивые позиции в бизнес-среде, по объемам коммерческой деятельности входил в десятку крупнейших турфирм России. Бизнес-курс компании на интенсивное развитие был обозначен руководством — на тот момент в лице Эдуарда Кузнецова, что категорически исключало участие «Мегаполис турс» в демпинговых войнах.

Огромными плюсами «Мегаполис турс» для оценки деятельности предприятия со стороны Kuoni являлись многолетняя деловая репутация и абсолютная прозрачность «белой» финансовой деятельности компании. Это касалось налоговых выплат, страховых взносов, зарплат сотрудников, которые в

полном объеме перечислялись на персональные банковские карты. Перспективы стратегического альянса двух крупных компаний давали возможность привнести в российскую туристическую индустрию столетний европейский опыт и современные технологии.

В 2007 году корпорация Kuoni после глобального анализа деятельности компании и аудиторских консультаций сделала свой выбор в пользу «Мегаполис турс», приобретя 80% компании в статусе мажоритарного акционера. Первые годы совместной работы российско-швейцарского предприятия стали непростым испытанием для обеих сторон.

После досконального изучения российских коммерческих реалий корпорация Kuoni приняла достаточно рискованное решение — уйти из сектора жестких блоков как в секторе чартерных перевозок, так и в секторе продаж гостиничных услуг. Как оказалось позже, это было единственное правильное решение, которое освобождало компанию от участия в туристических «пирамидах», не давало наращивать «дутые» объемы, не «вкачивать» в них все больше банковских кредитов.

Исключив из операционной деятельности неприбыльные активы, компания «Мегаполис турс» сосредоточилась на создании по настоящему надежной и прибыльной бизнес-модели. Сделка была полностью завершена в 2011 году, после чего Kuoni из мажоритарного акционера превратилась в единственного акционера-владельца. Сегодня, являясь 100%-ной собственностью швейцарской корпорации Kuoni, «Мегаполис турс» использует в своей работе различные турпродукты и передовые технологии глобальных международных партнеров холдинга, работая во всех возможных рыночных секторах бизнеса: корпоративном, туроператорском, а также в сегментах электронной коммерции и ретейла. Активно развивается система онлайн-бронирования «Мега-тур», объединяя в себе не только ресурсы крупнейших мировых гостиничных брокеров, но и различные дополнительные тревел-сервисы.



>>> Один из крупнейших интернет-активов, приобретенный Kuoni в 2011 году, — портал по онлайн-бронированию Gullivers Travel Associates (GTA). Покупка ресурса GTA обошлась корпорации в сумму, превышающую \$735 млн. GTA — один из мировых лидеров на рынке туристических онлайн-услуг, работает в 26 странах мира. Ключевые направления — бронирование отелей, услуг наземного транспорта, трансферов, экскурсий, услуг для групп и индивидуальных путешественников. Приобретя GTA, Kuoni инвестировала финансовые средства в один из самых динамично растущих сегментов бизнеса в индустрии туризма.

Спрос на турфирмы диктует сезон

В течение полугода, как считают эксперты, в городе на Неве приобретается и продается до 50 предприятий в сфере туризма. По статистике Петростата, турагентской деятельностью в Северной столице занимаются около 15 тысяч фирм. Хотя профессионалы знают: на самом деле «рабочих» агентств в городе около тысячи, а действующих активно — примерно 600.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

«**П**роцесс покупки-продажи турфирм обуславливают характерные для этой сферы деятельности нюансы, — констатирует генеральный директор Северо-Западного центра консалтинга и продажи бизнеса Егор Падалкин. — Во-первых, это сезонный характер продаж, а во-вторых — сложность оценки их реальной стоимости».

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕСА

Что касается первой особенности, то в Петербурге практика такова: в периоды роста спроса на путевки — новогодние и майские каникулы, высокий сезон — динамика продаж в этом секторе резко падает, но как только эти периоды завершаются, на рынке сразу же появляются предложения. И если в разгар летнего сезона достойных внимания мало, по осени они будут. Другой нюанс выражается в том, что прибыль турфирмы зачастую обусловлена не наличием каких-либо материальных ценностей, а квалификацией кадров и объемом клиентской базы. «Наличие расположенного в центре собственного офиса или хорошего оборудования в туризме играет гораздо меньшую роль, чем большая клиентская база, выгодные договоры с партнерами и квалификация менеджеров, — отмечает Егор Падалкин. — Именно они определяют как величину ее прибыли, так и общую стоимость компании». Поэтому нередко то или иное предприятие сферы туризма покупают для того, чтобы вместе с ним «приобрести» и ценный персонал, обеспечивающий высокий доход.

ЧТО ПРОДАЮТ

«Раскрученная турфирма, офис 20 квадратных метров в центре Санкт-Петербурга, евроремонт, охрана, парковка. Три оборудованных рабочих места (городской телефон, оргтехника, высокоскоростной интернет, новая офисная мебель, собственный сайт). Договоры с ведущими туроператорами России и Финляндии. Системы бронирования отелей, авиабилетов и билетов на паромы с максимальной (до 18%) комиссией. Сопровождение опытным менеджером в течение месяца после покупки. Цена — 800 тысяч рублей». Так выглядит типичное петербургское объявление о продаже компании из сферы туризма. Продаются все — от туристических сайтов и только что зарегистрированных агентств «под ключ», до



имеющих историю, постоянных клиентов и массу профильных договоров небольших туроператорских компаний. За вознаграждение (от 90 тысяч рублей) посреднические фирмы готовы удовлетворить практически любые запросы клиентов.

Цена нового туристического бизнеса в Петербурге начинается примерно от 300 тысяч рублей — за эти деньги консалтинговые фирмы (а тех, которые работают в этом сегменте, в Северной столице насчитывается до десятка, включая и такие специализированные, как «Тур-Эксперт» и «Олимп-Консалт») готовы «под ключ» создать компанию с нуля. Не только зарегистрировать ООО или ИП со специализацией на туризме, но и найти подходящий для этих целей офис, оснастить его техникой, подобрать персонал и даже сделать первые шаги по рекламе и продвижению предприятия.

Можно и дешевле: как вариант, предлагается организовать турагентство внутри уже действующей фирмы другого профиля или основать турбизнес онлайн — в этих случаях цена может быть на 25–50% ниже. По оценке ведущего специалиста «Олимп-Консалт» Сергея Преснякова, на четыре вновь открытых под заказ турфирмы приходится только одна проданная действующая. «Хороших предложений не так много, — констатирует он. — Однако если они появляются, покупатели реагируют довольно быстро».

Стоимость действующих предприятий, по разным данным, начинается от 350–400 тысяч рублей. Изредка встречаются и очень выгодные на первый взгляд предложения (от 100 тысяч рублей), но в этом случае речь идет о «бумажных» турфирмах (зарегистрированных предприятиях, не имеющих офиса, договоров и т.д.).

Когда разговор заходит о компаниях с хорошей деловой историей, приносящих реальную прибыль (хотя бы 40–50 тысяч рублей ежемесячно), цена значительно возрастает (до 550–700 тысяч). А когда прибыль превышает 100 тысяч рублей в месяц, обычно речь идет о стоимости фирмы свыше миллиона рублей. К примеру, сейчас можно за 4,2 млн рублей купить туроператорскую фирму с офисом в центре Петербурга и обещанным ежемесячным доходом в 300 тысяч рублей. Полностью, с регистрацией в реестре Ростуризма, коллективом в 15 человек, фингарантиями на 30 млн рублей, клиентской базой, рекламой в СМИ и 10-летней историей. Однако такие сделки в Петербурге случаются раз в 2–3 месяца.

Желающие заняться туризмом всерьез, могут пойти и другим путем — купить франшизу. Сейчас в Петербурге предлагают как минимум с десяток таких вариантов (включая франшизы «Сети магазинов горящих путевок», «1001 тура» и TUI). Цена вопроса — от 0 до 60 тысяч рублей вступительных, за которые можно получить от 100 до 500 тысяч

рублей инвестиций, ежемесячное роялти в размере от 2 до 18 тысяч рублей и другие преимущества работы под крылом большой компании. Правда, берут под него далеко не всех.

За последние 4 года с помощью «Тур-Эксперта», например, было открыто более 70 туристических компаний — как самостоятельных агентств, так и сетевых по схеме франчайзинга. Причем второй вариант иногда более предпочтителен, поскольку целый ряд причин для работы молодого агентства проблем в этом случае решает материнская компания: выжить легче.

«ПРОЩЕ ПРОСТОГО»

Почему покупают туристический бизнес в Петербурге? Надежда на прибыль. «Чтобы нескучно было».

Из-за кажущейся простоты. А почему продают? В связи с репрофилированием. Из-за смены места жительства. Потребности в деньгах. Невозможности уделять достаточно времени.

Как считает брокер Северо-Западного центра консалтинга и продажи бизнеса Иван Рузанов, желающих купить турфирму в Петербурге условно можно разделить на две категории. «К первой относятся люди, которые в этом деле ничего не понимают: покупку недорогой турфирмы они рассматривают наряду с приобретением салона красоты или чего-то другого, а выбор в пользу первого варианта нередко делают лишь потому, что туристический бизнес им кажется простым и понятным, — говорит эксперт. — Во вторую категорию входят те, кто знает в нем толк: их интересует известность компании, наличие действующих договоров, ее реальный оборот, прибыльность и квалификация персонала — вплоть до мельчайших деталей. Перспективные фирмы не «залеживаются»: как только появляется информация об их продаже, сразу же находится покупатель — сделка совершается за 1–2 недели. Причем нередко продавец заранее оговаривает, что огласка ему не нужна».

С этой точкой зрения в целом согласен и Сергей Пресняков из «Олимп-Консалта». «Покупая такую компанию, клиент должен учитывать все нюансы бизнеса, — считает он. — Ведь основная ее ценность заключается в квалифицированном персонале и наличии рабочей клиентской базы. Если покупатель этого не осознает, он легко может впоследствии разочароваться в покупке».

Вместе с тем эксперты отмечают, что в последнее время спрос на турфирмы упал не только по причине высокого сезона — клиентов спугнул новый закон о туризме. Даже не зная деталей и основывая мнение только на слухах, клиенты из первой категории опасаются покупать турбизнес — слишком много негатива. Однако вторых это вовсе не пугает: если клиент видит хорошие перспективы, он готов платить. **Тб**

>>> Если прицениться к петербургской турфирме с хорошей деловой историей, приносящей реальную прибыль (хотя бы 40–50 тысяч рублей ежемесячно), ее цена значительно возрастает — до 550–700 тысяч. А когда прибыль превышает 100 тысяч рублей в месяц, обычно речь идет о стоимости компании свыше миллиона рублей.

Большая распродажа



**ЕКАТЕРИНА
НИКИТИНА**

Руководитель
департамента деловых
поездок и корпоративных
мероприятий компании
KUONI – Megapulus tours



**ТАРАС
КОБИЩАНОВ**

Генеральный
директор компании
«Русский Экспресс»



**ГЕННАДИЙ
КОТОВ**

Исполнительный
директор компании
«Астравел»

ГЕННАДИЙ КОТОВ

« Туристический бизнес довольно рискованный, зависящий от очень многих факторов, которым не подвержены другие виды предпринимательства (например, производство хлеба, который нужен людям ежедневно). Основными рисками можно с уверенностью считать политические изменения в различных странах, природные и антропогенные катаклизмы, эпидемии и многое другое »

1 Насколько рентабельна и интересна с точки зрения бизнеса покупка уже действующей туристической компании? Выгоднее ли это, чем создание компании «с нуля»?

Екатерина Никитина

Организация туристического бизнеса с нуля сегодня — далеко не лучший путь начать собственное дело. На текущем этапе развития рынка преимуществ для коммерческого успеха гораздо больше, когда вы покупаете уже действующий бизнес. Ни для кого не секрет, что множество вновь организованных туристических компаний неудачно заканчивают свою деятельность в течение первых трех лет. Отсутствие оборотных средств, финансовых вливаний, времени, профессиональных кадров, а также ярко выраженная сезонность бизнеса и жесточайшая конкуренция — это основные причины, ведущие владельцев бизнеса к его ликвидации или продаже. По сравнению со всем вышеперечисленным, покупка уже существующей турфирмы компании имеет намного лучшие коммерческие перспективы. Во-первых, вы располагаете достоверной историей получения прибыли, а не предполагаемой из бизнес-плана. Во-вторых, у приобретенной вами туристической компании есть своя рыночная ниша и имя. В-третьих, вы получаете актуальный, а не отложенный поток денежных средств от продаж. В-четвертых, вы располагаете устоявшимися коммерческими взаимоотношениями с поставщиками и кредитной историей с финансовыми структурами. В-пятых, с вами

начинает работать уже созданный и устоявшийся профессиональный штат сотрудников. В-шестых, у компании уже есть наработанная клиентская база с определенным процентом возвратных клиентов. И, в-седьмых, у компании есть полный пакет готовых необходимых уставных документов, а также полный перечень соответствующих лицензий и регистраций. В большинстве случаев риск покупки готового бизнеса минимизирован. Зачастую нет острой необходимости в дополнительных расходах и новых финансовых вливаниях на первоначальном этапе после покупки.

Тарас Кобищанов

А насколько рентабельно и интересно строить дом с нуля или лучше купить готовый? Все зависит от наличия у вас времени, сил и средств, от того, что вы хотите построить и где думаете это сделать. А также от того, есть ли в продаже дом вашей мечты или воплотить ее можете только вы сами, а также, есть ли у вас опыт строительства и хорошая команда, которая за это возьмется.

Геннадий Котов

Все зависит от имеющихся в наличии средств и времени. Ведь если создавать фирму с нуля, то необходима масса времени на поиск помещения, сотрудников, оформление документов, приобретение оргтехники, заключения договоров. Для ускорения процесса все необходимые документы можно приобрести в фирмах, специализирующихся на продаже готовых юрилиц. И цена скромная: от 23 тысяч рублей без счета в банке, примерно 40 тысяч — с уже открытым счетом. Но ведь туркомпании бывают совершенно разные: агентства и операторы, большие и малые, в крупных городах и в небольших. Агентств сейчас продается довольно много. В интернете этой теме посвящено множество сайтов. Готовые турагентства с 2–3 сотрудниками, орг-

Что выгоднее: создавать компанию с нуля или купить готовый проект, как можно адекватно оценить риски и стоимость бизнеса перед покупкой? На эти и другие вопросы отвечают руководитель департамента деловых поездок и корпоративных мероприятий компании KUONI – Megapolus tours **ЕКАТЕРИНА НИКИТИНА**, генеральный директор компании «Русский Экспресс» **ТАРАС КОБИЩАНОВ** и исполнительный директор компании «Астравел» **ГЕННАДИЙ КОТОВ**.

техникой и наработанными связями с операторами и клиентами продаются по цене от 500 тысяч до 2,75 млн рублей (7 человек персонала, помещение площадью 34 квадратных метра в центре Москвы). Операторские компании продаются значительно реже, но все же имеются предложения по цене от 2 до 12 млн рублей. Насколько мне известно, покупки операторских компаний происходят крайне редко. И продаются не те компании, которые выставлены в открытую продажу. Поэтому дальше я буду говорить только об агентствах.

Во многом решение о покупке зависит от того, кто хочет приобрести турфирму. Если это работник турбизнеса, решивший уйти от «хозяйина» и создать свою фирму — это одно. Если это владелец совершенно другого бизнеса, решивший его диверсифицировать — это другое. Известны случаи, когда турфирмы покупали богатые бизнесмены для своих жен, которые маялись от безделья.

2 Как можно адекватно оценить стоимость бизнеса, который вы покупаете?

Екатерина Никитина

Самое главное нужно понимать, что вы покупаете сервисный бизнес, который полностью зависит от человеческого фактора. Туристический мир в Москве, а уж тем более в регионах, очень тесен. Собрать «инсайдерскую» информацию, узнать первоначальную причину продажи бизнеса владельцем, как правило, не составляет труда. Реально оценить деятельность фирмы и составить для себя первоначальную картину покупаемого бизнеса поможет первое знакомство с компанией воочию и общение с действующим

топ-менеджментом. Общение с топ-менеджерами поможет вам выяснить, каков их настрой относительно смены владельца. Кадровая составляющая — это одна из основ туристического бизнеса. Здесь, как нигде, работает формула «кадры решают все».

Выясните для себя главное: есть ли в компании текучка кадров и как давно работают сотрудники. Внимательно ознакомьтесь с сектором, в котором позиционируется компания (туроператор, турагент), а также с предлагаемым турпродуктом. Проведите анализ продаж. Проведите ежемесячное сравнение уровня продаж текущего года с прошлым. Поймите, какова тенденция маржинального дохода. Происходит ли ее уменьшение или повышение? Оцените, есть ли тенденция к сезонным колебаниям у предлагаемого клиентам турпродукта? Проанализируйте, какова глубина продаж, узнайте размер финансовых средств, затраченных на продвижение и позиционирование услуг и турпродукта. Поймите, какова целевая и основная группа покупателей вашего турпродукта, какова их покупательская способность.

Важно знать, есть ли в компании ключевые клиенты и какую долю они обеспечивают в общем объеме продаж. Не забывайте о том, что есть конкуренты. Каковы их продукт, цены, рынки сбыта по сравнению с вашими? Если все услышанное и увиденное на первом этапе знакомства с бизнесом вас впечатлило, тогда можно обращаться к финансистам и аудиторам для полноценной оценки финансового состояния предприятия.

Тарас Кобищанов

Сложившегося рынка покупки-продажи туристических компаний в России нет, поэтому нет и адекватной оценки. Обычно она строится по принципу «пол — потолок», то есть «ожидания продавца — ожидания покупателя». Сдел-

ТАРАС КОБИЩАНОВ

« Приобретая турбизнес, покупатель не обязательно обнаружит пару скелетов в шкафу, но ряд сюрпризов его ждет. И обычно, к сожалению, неприятных. Поэтому покупать следует не юрлицо, а лишь активы компании. Это оградит покупателя от большинства нежелательных сюрпризов »

ЕКАТЕРИНА НИКИТИНА

« Прежде всего, удостоверьтесь, что вы получили список активов, предложенных на продажу, где все включенное в баланс оборудование действительно необходимо для производства заявленных финансовых показателей по прибыли. Изучите и тщательно проверьте текущий договор аренды офиса. Проведите личную встречу с арендодателем. Это поможет вам оценить перспективы по дальнейшему местонахождению компании и ее развитию. Одним из рискованных показателей для вас может оказаться наличие родственных связей сотрудников с нынешним владельцем компании. Можете ли вы позволить при необходимости, исходя из текущего финансового состояния фирмы, произвести безболезненную смену кадрового состава, уволив родственников? »»



ки «по науке», которые проводили с нашими крупными туроператорами последние пять лет западные покупатели, с учетом коэффициентов EBITDA, доказали условность этих оценок. Так что при покупке я советовал бы провести оценку возврата вложенных средств исходя из оптимистичного, реалистичного и пессимистичного сценариев. Верить в лучшее, быть реалистом, но быть готовым к худшему.

Геннадий Котов

Насколько мне известно, стоимость покупки компании определяют в первую очередь по величине ее чистой прибыли за последние пять лет. И желательно без всяких «серых» и «черных» частей. К агентству, работающему менее этого срока, внимание должно быть более пристальное. Затем определяют остаточную стоимость помещения, в котором находится фирма (если помещение арендованное, обязательно следует поинтересоваться о перспективах продления аренды у арендодателя), величину коммунальных платежей и стоимость всего, что находится в помещении (оргтехника, мебель, специальная литература, наружная реклама, телефонные линии и интернет, состояние сайта). Нелишне определить также возможность парковки и поинтересоваться системой охраны офиса. Следует ознакомиться с системой налогообложения (УСН 6–15%, ОСН), наличием кассовых аппаратов и квалификацией бухгалтера. Важнейшими параметрами являются квалификация персонала, состояние договорных отношений. Объем этих предварительных исследований зависит как от величины приобретаемой фирмы, так и от того, агентство это или операторская компания.

3 Как можно проверить турфирму перед покупкой?

Екатерина Никитина

Наиболее правильный метод оценки чистой стоимости покупаемого вами бизнеса — это рассмотрение его с точки зрения возврата вложенного капитала, а также временных рамок по возврату ваших инвестиций. Вы должны четко понять для себя, какой процент полученной прибыли останется у вас как у владельца бизнеса. Ваша первоочередная задача — определение истинной операционной прибыли, которая генерируется бизнесом независимо от того, как вы управляете своими финансовыми потоками. Для этого проведите полный due diligence компании, детально изучите текущий финансовый отчет совместно с вашим финансовым представителем. Проанализируйте показатели по текущим прибылям и убыткам. Определите основные тенденции cash flow и безналичных показателей.

При анализе данных, полученных от собственника, будьте уверены в том, что вы анализируете именно официальный налоговый отчет, а не финансовые показатели, проведенные в «черную». Анализ поможет вам понять, потребуются ли реальные финансовые вливания в бизнес в ближайшее время. Проанализируйте, на чем конкретно компания получает прибыль, каковы предпосылки для ее увеличения. Какова среднегодовая маржинальная прибыль. Запросите у собственника результаты аудиторской проверки за прошедший финансовый год. Если в компании не проводился аудит, то вы в полном праве его запросить.

Тарас Кобищанов

Полностью проверить фирму практически невозможно. Всегда может всплыть какой-то неупомянутый контракт, не нашедшая отражения в отчетах задолженность и прочее. В то же время необходимо потребовать балансовой сверки с крупнейшими контрагентами компании, лучше — встретиться с ними лично. И, конечно, анализируя цифры, не нужно забывать задействовать логику и здравый смысл: насколько предьявляемая отчетность кажется вам не просто полной, но еще достоверной и правдоподобной.

Геннадий Котов

Есть специализированные организации, которые определяют стоимость различных фирм, есть бухгалтерский аудит, есть аудит специалиста в турбизнесе, который сможет оценить положе-

ние фирмы на рынке, ее перспективы. Исходя из российских реалий имеет смысл оговорить возможность окончательной оплаты за приобретаемый бизнес не сразу, а через год или как минимум полгода. За этот период, как правило, обнаруживаются все подводные камни конкретной фирмы. Ведь тут важны такие параметры, как среднемесячный оборот, доход и прибыль в текущем и предыдущем годах.

Думаю, что при приобретении турагентства следует придерживаться того же правила, как и при покупке автомобиля. Цены снижаются во время спада спроса, то есть в осенне-зимний период, когда некоторые агентства вообще прекращают свою работу.

4 Что, прежде всего, необходимо учитывать при покупке турфирмы – расположение офиса, репутацию, наличие задолженностей?

Геннадий Котов

Конечно же, все перечисленное выше очень важно. Но не менее важно учитывать опыт сотрудников фирмы. Ведь именно персонал — это основа дальнейшей успешной работы. Важно знать, осведомлен ли персонал о том, что компания продается. А если осведомлен, то останутся ли люди на своих местах после продажи. По каким видам и направлениям туризма работает фирма, в каких регионах бывали ее менеджеры, сколько лет они трудятся в туризме, имеют ли специальное образование. Другим не менее важным параметром является наличие договоров с корпоративными клиентами, которые зачастую бывают основными заказчиками туров в некоторых успешно работающих агентствах.

ТАРАС КОБИЩАНОВ

« Следует учитывать, что один из основных активов турфирмы – это ее персонал, и новому владельцу следует принять меры, чтобы не потерять ключевых сотрудников >>>

Тб

Летите на вальс.

В роскошную Вену с Austrian Airlines: наслаждайтесь австрийским гостеприимством и великолепным сервисом на борту.

Вена от 6690 руб.

Austrian 
We fly for your smile.



ФОТО: ВАКТ/Джордан

A STAR ALLIANCE MEMBER 

Информация и бронирование билетов по тел. 8 (495) 995 0 995, на сайте www.austrian.com и в Вашем туристическом агентстве. Стоимость в обе стороны включает все налоги и сборы. Количество мест ограничено. Применяются ограничения по тарифам.

WWW.VIENNA.INFO

www.austrian.com

Делиться надо!

Отечественный турбизнес за минувшие два десятилетия худо-бедно достиг, как сказали бы специалисты по сельскому хозяйству, стадии молочной спелости. А это означает, что пора не только снимать первые плоды, но и оценивать, анализировать накопленный опыт. И коль скоро он успешен — то не прятать его в кубышку, а делиться с коллегами.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

»»» Содержание книг по определению подразумевает наличие вокруг и начинающих, и опытных бизнесменов некоей идеальной атмосферы строгого соблюдения всех законов. И о том, как быть, если неопит сталкивается с принципиально иной ситуацией в России, ни один из авторов не пишет.

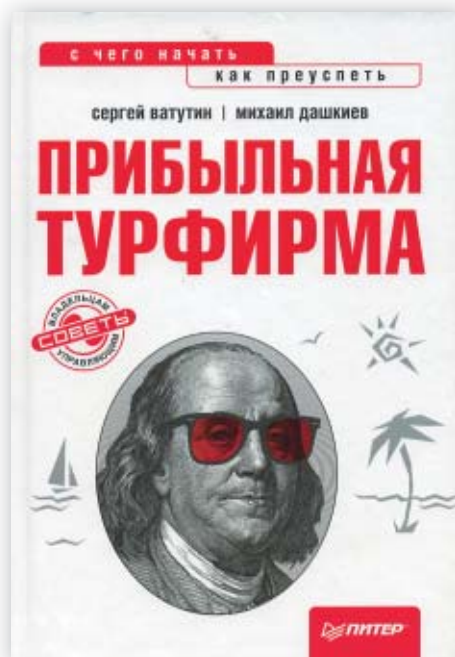
В 2011 году в Екатеринбурге вышла книга «Прибыльная турфирма» Наталии Обориной, владелицы одной из крупнейших региональной фирмы, человека, проработавшего в туризме полтора десятка лет. В 2012 году в Петербурге издана книга Сергея Ватутина и Михаила Дашкиева (первый из них также является практиком туристической деятельности) «Как создать прибыльную турфирму». Хотя скажем сразу, правильнее было бы назвать ее «Как создать прибыльное турагентство». Но, во-первых, многие рекомендации Ватутина и Дашкиева имеют универсальный характер, а во-вторых, как можно понять, прочтя ее, слово «агентство» в названии куда менее выгодно в чисто маркетинговом отношении.

По содержанию, структуре, тематике, как легко догадаться, обе книги достаточно схожи. Как правильно определить цель своего бизнеса, его закондательное обоснование, сколько денег нужно для открытия собственной фирмы, как правильно выбрать имя компании, где и как открывать свой офис (эта тема в обеих книгах рассматривается под-

робно), как подбирать сотрудников и работать с ними, как правильно вкладывать деньги в рекламу. Хотя и различий немало. Книга Обориной — это пособие для тех, кто делает в туризме только первые шаги, если угодно — пошаговая инструкция по созданию своей турфирмы (как и полагается в таких случаях, после каждого раздела следуют проверочные вопросы). Инструкция с элементами воспоминаний. И в целом, что вполне понятно, книга Обориной отличается более живой и эмоциональной стилистикой изложения. Причем автор не скрывает своих собственных пристрастий: она явно неравнодушна к франчайзингу (то есть передаче за соответствующую плату одной стороной другой права на определенный вид бизнеса, который ведется по уже разработанной модели), последняя глава книги целиком посвящена ему. Книга Ватутина и Дашкиева — это уже не пошаговая инструкция, а претендующий на определенную универсальность учебник, местами даже справочник для тех, кто уже имеет свой опыт (зачастую неудачный) ведения турбизнеса. Для авторов в слове «турбизнес» гораздо важнее вторая его часть, проверка алгеброй гармонии. Сколько вложено, сколько получено, как выстроить — на любой стадии создания компании — универсальную «воронку продаж». Никаким эмоциям тут места нет — трезвый расчет и чистая математика. Жаль только, что содержание обеих книг по определению подразумевает наличие вокруг и начинающих, и опытных бизнесменов некоей идеальной атмосферы строгого соблюдения всех законов. И о том, как быть, если неопит сталкивается с принципиально иной ситуацией в России, ни один из авторов не пишет. Впрочем, остается надеяться, что на рынке когда-нибудь появится книга и об особенностях ведения национального турбизнеса.

Оборина Н. Как создать прибыльную турфирму: Простая книга для тех, кто хочет стать успешным владельцем собственного бизнеса. — Екатеринбург, 2011. — 176 с.

Ватутин С., Дашкиев М. Прибыльная турфирма. — СПб., 2012. — 208 с.



«Интерюнион»: двадцать лет надежной работы

В этом году известному московскому туроператору «Интерюнион» исполняется 20 лет. Генеральный директор компании **НАТАЛИЯ ЖИТНУХИНА** рассказывает о том, с чего фирма начала свою деятельность и каковы сегодня ее позиции на рынке.

БЕСЕДОВАЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕТЬЕВ

Наталья, как начинался проект «Интерюнион»? Идею открыть свою турфирму подсказали друзья. У меня за плечами был опыт работы в Бюро международного молодежного туризма ЦК ВЛКСМ «Спутник». Когда в 1992 году большие государственные структуры начали разваливаться, я решила рискнуть и «пуститься в самостоятельное плавание». Тем более что первым заказом в ноябре 1992 года была организация круиза по Средиземному морю для работников Московского нефтеперерабатывающего завода. Все начинали с нуля: телефоны, факс, пишущие машинки, две арендованные комнаты и несколько энтузиастов, которые учились турбизнесу в процессе работы. У нас были деловые связи с зарубежными партнерами, контакты с авиакомпаниями, поэтому мы с самого начала позиционировали себя как туроператор по выездному туризму. Мы хотели и могли предоставлять все услуги сами, не завися от посредников, и — соответственно — отвечать за это.

Кто закладывал фундамент фирмы 20 лет назад, и кто сегодня составляет ее костяк? Что сплачивает вашу команду?

В 1995 году, окончив МГПУ им. Ленина, в нашу компанию пришла Ирина Гурова. Прекрасное знание английского языка, оперативность в работе, умение найти контакт с иностранными партнерами позволили ей стать заведующей отделом, профессионалом по многим туристическим направлениям. Наш офис-менеджер и помощник генерального директора Светлана Ефремова работает с 1996 года. На нее можно положиться во всех вопросах. В 1997 году, окончивая институт, пришел на работу визовым курьером Андрей Селинов — нынешний заместитель генерального директора. Сегодня нашу команду составляют как профессиональные менеджеры с солидным стажем в турбизнесе, так и новички, которым мы передаем лучший опыт нашей работы и новые технологии. Думаю, что наш коллектив сплачивает любовь к туризму и своей работе.

Какими достижениями вы особенно гордитесь? Мы смело можем назвать себя первопроходцами. Одними из первых мы начали предлагать нашим клиентам отдых в Испании — в далеком 1993 году, отправляя клиентов на побережье Коста-Брава. Чуть позже, решившись на эксперимент и взяв на гарантию более 40 комнат в тогда еще никому неизвестном отеле Estival Park, «Интерюнион» открыл для российских туристов курорт Коста-Дорада. Совместно с нашими партнерами мы разработали и стали предлагать революционный по тем временам продукт — групповые экскурсионные туры по стране с фиксированными датами заездов. Сейчас этим уже никого не удивишь, и спустя 20 лет в нашем активе уже 25 интересных и разнообразных маршрутов.



Накопленный опыт оказался полезен и на других направлениях: в Италии, Франции, странах Бенилюкса. В 1997 году мы отправили первых туристов в Португалию. Сегодня это одно из наших приоритетных направлений. Открыв для туристов остров Мадейра, мы предоставили им возможность отдыхать в Португалии круглый год. В 2008 году мы впервые в истории российского туризма запустили прямую чартерную цепочку с авиакомпанией «Газпромавиа» на Мадейру, сделав направление еще более доступным. Не стоит забывать и про Юго-Восточную Азию, которую мы начали осваивать с Таиланда и Малайзии в начале 1990-х годов. За 20 лет, прошедших с момента появления «Интерюнион», нам удалось завоевать признание у огромного числа агентств и наших клиентов.

С какими результатами компания подошла к юбилею? Сейчас у нас в каталоге более 20 направлений, на которых мы, имея огромный опыт и налаженные связи с проверенными партнерами, предлагаем множество вариантов пляжного отдыха, экскурсионных программ, горнолыжных туров. Мы всегда готовы по желанию наших клиентов разработать любой нестандартный тур.

В нашем активе масса интересных предложений по событийному туризму и инсентиву, спортивным и зрелищным мероприятиям. Туры на спортивные мероприятия мы предлагаем уже около десяти лет. За нашими плечами такие крупные мероприятия, как чемпионаты Европы и мира по футболу в Португалии, Германии, Австрии, ЮАР и Польше, туры на биатлон и чемпионаты мира по хоккею, зимние и летние Олимпийские игры. Особое внимание мы уделяем нашим корпоративным заказчикам, организуя деловые поездки любой сложности.

Каковы, на ваш взгляд, конкурентные преимущества вашей компании? Чем привлекательно деловое сотрудничество с ней для агентств?

Главным отличительным качеством нашей компании я бы назвала надежность. Двадцать лет — большой срок. За такое время произошло множество событий, многие туроператоры появлялись и исчезали. Но мы всегда оставались верны своим принципам, главным из которых является честность по отношению к партнерам и агентам. Даже в самых сложных, критических ситуациях мы всегда брали удар на себя, никогда не «добирая» денег с туристов или с турагентов. К этому также можно добавить гибкость, умение вовремя изменить курс и подойти к решению проблемы с новой стороны. Именно поэтому мы с честью пережили все кризисы и дефолты и по-прежнему ощущаем себя уверенно и стабильно.



ЮЛИЯ БЛАГОЧИНА

Начальник отдела по работе с субагентами

СЕРГЕЙ ЮРАСИК

Заместитель директора департамента по специальным авиаперевозкам

ООО «Авиа Центр» основано в 2005 году. Специализация компании – продажа авиабилетов туристическим агентствам. «Авиа Центр» – один из лидеров по продажам авиабилетов на российском рынке. Компания разработала собственную систему онлайн-бронирования билетов. Это помогает турагентам автоматизировать процесс продажи услуг через интернет и получать дополнительный заработок. «Авиа Центр» имеет эксклюзивные контракты с рядом крупнейших авиакомпаний, что дает нам возможность выплачивать высокую комиссию с каждого проданного билета. Будем рады видеть вас на осенней серии workshop «Турбизнес»



ИЛЬЯ КОСТЕРИН

Руководитель офиса в Москве

Туроператор «Верса» предлагает популярные новогодние и рождественские балтийские круизы из Санкт-Петербурга, более 60 круглогодичных и новогодних автобусных экскурсионных туров и круизов в Финляндию, Швецию и Норвегию, новый горнолыжный автобусный тур на курорт Леви на Новый год, железнодорожные программы в Лалландию (Кеми – Рованиеми), бронирование коттеджей на курортах Финляндии, а также впервые – прямой рейс из Санкт-Петербурга в Осло на горнолыжные курорты Норвегии Хемседал, Хафсель и Квитфельд. Подробности и новый каталог компании – на workshop в Сургуте, Тюмени, Челябинске и Магнитогорске.



НИКОЛАЙ ЧЕСНОВ

Коммерческий директор

Туроператор «Амитур» работает на туристическом рынке с 2004 года. Основные направления деятельности компании – страны Юго-Восточной Азии: Вьетнам, Камбоджа, Лаос, Бирма. В наступающем сезоне мы открываем новые направления – Малайзию и Сингапур. Компания является генеральным агентом «Вьетнамских авиалиний» в России, имеет офисы в России и во Вьетнаме. За время работы «Амитур» заработал репутацию надежного и стабильного партнера, имеющего целый ряд преимуществ перед конкурентами. Приглашаем агентства посетить наш стенд.



АЛПЕР КОРАЙ

Операционный менеджер
ДАМИРА ФЕДОРОВА

Менеджер по продажам и маркетингу

Calypso Tour – принимающий туроператор в Турции. Компания основана в 2001 году. Наши офисы и представительства расположены в Стамбуле, Анталье, Мармарисе, Бодруме, на Северном Кипре. Профиль турфирмы – индивидуальный туризм в Турции. Наша специализация – прием и обслуживание туристов из стран СНГ. Сервисы, которые входят в перечень услуг Calypso Tour: VIP-обслуживание, VIP-сервис, экскурсионные туры по Турции и Стамбулу, пляжный отдых в Анталье, Бодруме, Мармарисе, на Северном Кипре, чартерная программа в Анталию из городов Казахстана, комбинированные туры «Стамбул плюс отдых на море», шоп-туры в Стамбуле и Анталье, выписка авиабилетов на рейсы Pegasus Airlines, Atlas Jet, Turkish Airlines, Aeroflot, Air Astana, SCAT и других авиакомпаний, корпоративное обслуживание групп, проведение свадебных церемоний в Турции, проведение тренировочных сборов для спортивных команд (плавание, футбол, теннис, борьба), аренда элитных автомобилей, яхт и вилл на турецком побережье, онлайн-бронирование отелей и туров в Турции.



АНТОН ДУДНИКОВ

Коммерческий директор

Компания «Авиаста» основана в 1999 году. Фирма предоставляет услуги по продаже авиационных перевозок, имеет собственные представительства в Москве, Сочи, Казани и разветвленную субагентскую сеть в различных регионах России.

Представляем онлайн-проект www.avia-bilet.ru и предлагаем турагентам на уникальных коммерческих условиях организовать собственные продажи.

Приглашаем посетить наши мастер-классы на осенней серии workshop «Турбизнес» в Нижнем Новгороде, Казани и Краснодаре. Посетителям будет предоставлена возможность ознакомиться с функционалом системы.



НАТАЛЬЯ ХОЛМОВА

Старший менеджер

ООО «Бон Тур» – туроператор с 1995 года. Основные направления деятельности компании: новогодние туры, автобусные туры по Европе, круизы по Скандинавии и Балтии, туры в Финляндию, вся Прибалтика, горные лыжи в Финляндии, Чехии и Польше, прием туристов в Санкт-Петербурге и Москве, туры по России, организация конференций и других корпоративных мероприятий, индивидуальное и групповое бронирование билетов на паромы, бронирование отелей в Финляндии, Швеции, Чехии, визовая поддержка. «Бон Тур» – официальный представитель компаний Tallink Silja Line, St. Peter Line, VR и Lux Express.

Приглашаем посетить рабочее место «Бон Тур» и семинары в Нижнем Новгороде (9.00 – 9.30), Самаре (9.00 – 9.30), Тольятти (9.00 – 9.25), Казани (9.30 – 10.00), Уфе (9.00 – 9.30) и Перми (9.30–10.00).

ВПЕРВЫЕ!
20 ГОРОДОВ

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

Профессиональные рабочие встречи туроператоров, гостиниц, НТО и турагентств в крупнейших городах России и СНГ

ОСЕННЯЯ СЕРИЯ – 2012

17 сентября

Нижний Новгород

Крупнейший workshop в столице Поволжья

24 – 28 сентября

Самара – Тольятти ^{NEW} – Казань – Уфа – Пермь

Поволжье и Урал. Более 1000 региональных агентств-посетителей

1 – 5 октября

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

Лучшее деловое мероприятие на Юге России

9 – 12 октября

Сургут – Тюмень – Челябинск – Магнитогорск ^{NEW}

Эффективные деловые встречи на Урале и в Западной Сибири

22 – 25 октября

Мурманск – Архангельск – Калининград ^{NEW}

Налаживаем агентскую сеть на Северо-Западе России

30 – 31 октября

Алма-Ата – Астана

Единственный профессиональный workshop в Казахстане

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

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

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

Организатор: **TB Workshop**
ТУРБИЗНЕС

NATALIE TOURS – ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ТУРОПЕРАТОР WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»



Финляндия – СТРАНА-ПАРТНЕР WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»



МИТТ – ОФИЦИАЛЬНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ПАРТНЕР WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»



СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ ZURICH – ПАРТНЕР WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»



➔ **Отдел workshop «Турбизнес»**

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

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Есть куда расти

По заказу международного гостиничного оператора Hilton Worldwide компания Euromonitor International провела исследование, посвященное состоянию туристической индустрии в России, и разработала рекомендации по ее развитию. Основной вывод экспертов: существует большой дисбаланс между теми средствами, которые россияне тратят за границей, и теми, которые стране приносят иностранные туристы. «Въездной туризм в России находится на ранней стадии развития», — считают зарубежные эксперты.

ПОДГОТОВИЛА
АННА ЮРЬЕВА



МАЙК КОЛЛИНИ

Вице-президент Hilton Worldwide по развитию в Турции, России и Восточной Европе



ДИДЬЕ МАРТЭН

Вице-президент по операциям Hilton Worldwide в России, Восточной Европе, Турции и Израиле

Въездной туризм — особенно при наличии благоприятных факторов — может существенно вырасти. В первую очередь за счет того, что привлекательность России в глазах иностранных туристов очень велика. Потенциал этот не реализуется во многом по тем причинам, справиться с которыми невозможно без решений на государственном уровне: визовый режим, недостаток бюджетной авиаперевозки и т.д.

Одна из проблем, с которыми гость из-за границы часто сталкивается в России, — проблема бюджетного проживания. Представители Hilton Worldwide рассказали, что на шаг приблизились к решению этой проблемы: в ближайшие годы гостиничный оператор откроет в стране 28 отелей, большей частью под экономичным и среднеценовым брендами Hampton by Hilton и Hilton Garden Inn. Подробнее о некоторых положениях исследования корреспонденту «ТБ» рассказали вице-президент Hilton Worldwide по развитию в Турции, России и Восточной Европе **МАЙК КОЛЛИНИ** и вице-президент по операциям Hilton Worldwide в России, Восточной Европе, Турции и Израиле **ДИДЬЕ МАРТЭН**.

В России сейчас актуальна тема туристических кластеров, о создании которых заявляют главы множества регионов. Понятно, что многие из этих проектов несбыточны, а их авторы стремятся получить госфинансирование. Тем не менее, если рассматривать с этой точки зрения российские регионы, в каких из них, на ваш взгляд, можно было бы создать популярный, коммерчески успешный курорт? Приедут ли на такой курорт иностранные туристы?

Майк Коллини

Конечно, в первую очередь в центре внимания находится город Сочи, который примет Олимпийские игры 2014 года. Правительство и частные компании много инвестируют в развитие этого региона. Мы также считаем, что другие черноморские города, такие как Анапа, обладают значительным потенциалом.

Мы обращаем внимание на регион Карелии, поскольку он обладает уникальными природными ресурсами. Нам интересен ряд курортов в Северокавказском регионе, прежде всего, речь идет о курортах с минеральными источниками. Конечно, в России нужно учитывать климатические особенности и сезонность: теплый сезон очень короткий. Но по мере развития инфраструктуры и увеличения спроса на внутренний туризм мы сможем расширять свой бизнес и в других регионах страны.

Дидье Мартэн

Потребители постоянно ищут альтернативные места для отдыха, и в среднесрочной перспективе Россия многое может им предложить. Речь идет не только о курортах на побережье. С точки зрения культурно-познавательного отдыха есть много городов, которые могут привлечь туристов.

Сейчас общепризнанные туристические регионы мира, такие как Карибский бассейн, Средиземноморье, Персидский залив, уже прошли все три цикла реинвестирования, достигли предела своего развития. Мировая индустрия туризма, имеющая годовой оборот в 1,3 трлн долларов, ищет новые рынки и территории для освоения и развития. Какую роль Россия может сыграть в этом процессе?

Майк Коллини

Мы на самом деле считаем, что Россия обладает огромным потенциалом и не только с точки зрения бизнес-туризма. Собственно, этому и был посвящен наш доклад. Нам кажется, не только Москва и Санкт-Петербург, но и ряд других регионов интересен для посещения туристами.

К сожалению, климатические особенности накладывают определенные ограничения. На тех же средиземноморских курортах теплый сезон более продолжительный, поэтому им отдают предпочтение российские туристы.

В то же время по мере развития альтернативных видов туризма, а также по мере роста доходов россиян

все новые и новые области страны будут становиться привлекательными, так что в среднесрочной перспективе потенциал очень велик. Но пока въездной туризм в России находится на ранней стадии развития. Необходимо решить ряд проблем, о которых также подробно сказано в нашем отчете: сгладить диспропорцию между числом въездных и выездных туристов, облегчить визовый режим, улучшить инфраструктуру, работать над имиджем.

В России Hilton Worldwide представлен разными брендами, в частности, запланировано открытие нескольких отелей Hampton by Hilton в регионах. Это бренд экономкласса. В этом сегменте качественного предложения в стране по-прежнему крайне мало. Те отели, которые есть в городах, фактически играют роль монополистов. Насколько операторы заинтересованы сейчас в развитии таких проектов, можно ли ожидать в ближайшем будущем усиления конкуренции в регионах?

Майк Коллини

У нас огромный портфель проектов в России, куда входят все сегменты — от экономкласса до отелей класса «люкс».

Что касается экономкласса, то в России, как мы полагаем, огромный потенциал для бренда Hampton by Hilton. Не только в Москве и в Санкт-Петербурге, но и в других городах.

Иностранцы туристы заинтересованы в бренде, предлагающем высококачественное и доступное проживание. Но также хотелось бы отметить и потенциал внутреннего туризма. По мере его развития, неважно о бизнесменах ли мы говорим или о просто туристах, все они хотели бы иметь возможность остановиться в недорогих и качественных отелях.

В Москве, как известно, огромная нехватка отелей экономкласса и Hampton by Hilton мог бы заполнить эту брешь.

Дидье Мартэн

В России в целом не так много отелей экономкласса, а иностранные туристы хотели бы останавливаться именно в таких гостиницах, причем под брендом, который они знают и который их не подведет.

Новые отели Hampton by Hilton и Hilton Garden Inn будут работать под прямым управлением компании?

Дидье Мартэн

Примерно половина из них. В России у нас работает очень хорошая команда по развитию бизнеса, которая реализует много франчайзинговых проек-

тов. Но есть и отели под прямым управлением. Бренд Hampton by Hilton второй год подряд признается лучшим с точки зрения франчайзинга в рейтинге из 500 компаний, в том числе таких гигантов как «Старбакс», «Бургер-кинг», «Макдональдс».

В отчете затрагивается вопрос нехватки в России профессионалов туристической индустрии, и в частности, в индустрии гостеприимства. Молодые люди зачастую просто не хотят идти работать в отели: это тяжело, а зарплата совсем невысока. Как вы можете оценить положение России по сравнению с другими странами в этом отношении?

Майк Коллини

По мере роста необходимо привлекать в наш бизнес все больше людей. И в то же время пока в России мы недостаточно привлекаем местных сотрудников. Отчасти это связано с недостаточно высоким уровнем навыков, с этой проблемой мы боремся, внедряя программы подготовки персонала.

Что касается начинающих сотрудников, то это проблема характерна не только для России, она есть и в других странах. Нужно понимать, что отель — это замечательный бизнес, который предлагает возможности карьерного роста. Многие люди, занимающие сейчас посты генеральных менеджеров, начинали с небольших должностей.

Не стоит и забывать о том, что это очень специфический бизнес: мы работаем 365 дней в году, днем и ночью, в будни и выходные. Мы всегда открыты. Это может создавать определенные трудности. Но это очень достойная отрасль, предлагающая множество возможностей для талантливых и амбициозных людей.

Также стоит отметить, что зарплаты в гостиничном бизнесе растут быстрее, чем в других отраслях.

Сколько вам нужно привлечь специалистов из-за границы, чтобы открыть один отель средней ценовой категории?

Майк Коллини

Это может быть только генеральный менеджер. Но и для него есть важное условие: он должен владеть русским языком или учить его.

Дидье Мартэн

Я могу сказать, что, к примеру, в Турции во всех отелях, которые можно отнести к среднеценовому сегменту, все управляющие — из Турции. Но в Турции мы работаем уже 57 лет. Так что через какое-то время мы сможем нанимать топ-менеджмент и в России.

TOP-10

ВЕДУЩИЕ ГОСТИНИЧНЫЕ СЕТИ В ЕВРОПЕ 2012

- 1 Accor
- 2 Best Western
- 3 IHG
- 4 Groupe du Louvre
- 5 Carlson-Rezidor
- 6 NH Hotels
- 7 Whitbread Hotels & Restaurants
- 8 Melia International
- 9 Hilton Worldwide
- 10 TUI Hotels & Restaurants

Источник: tourism-review.com

Работа с брендами

Сегодня в туризме о брендинге территорий не говорит только ленивый. В ряде регионов в этой сфере накоплен уже беспрецедентный для России опыт в 15 и более лет. И хотя эта деятельность часто носила интуитивный характер, можно обозначить значимые для российского туризма выводы и тренды.



«Нельзя создать туристский бренд с нуля. Истинный бренд формируется, вызревает, а не спускается сверху или появляется благодаря пиарщикам. Хрестоматийный для туризма пример Мышкина — сначала в городе пару десятков лет формировался «культурный слой», прививалось бережное отношение к наследию. И уже в дальнейшем, с присущей мышкинцам выдумкой и смекалкой, это наследие смогли трансформировать в туристские возможности и своеобразные объекты показа»

**ДМИТРИЙ
ЦАПУК**

Кандидат географических наук,
директор Ярославского филиала
Российской международной академии туризма

В Ярославской области уже в середине 1990-х годов озаботились созданием интересных праздников и событий. Фестиваль «Мышь» в Мышкине, «По щучьему веленью» в Ростове Великом одними из первых в России создавались специально под туриста. Кроме того, в регионе бережно использовали элементы культурного наследия и народной культуры. Такие известные образы, как Емеля со щучкой, Баба-Яга, Алеша Попович бережно трансформировались в туристские персонажи из исторических событий, местного фольклора и преданий.

И только уже после этого логика развития туризма, да и конкуренция — другие регионы тоже не дремали — заставила наиболее продвинутые города и районы обратиться к проблеме формирования туристского бренда. Таким образом, на практике необходимость формирования бренда появилась в начале 2000-х годов уже после того, как сложился определенный туристский образ территорий, и его надо было либо усилить и закрепить, либо подкорректировать.

Наш опыт показывает, что сложившийся образ, как и бренд, наиболее эффективно работает в связке с ежегодным событием, праздником или фестивалем, который его поддерживает. Само проведение праздника имеет значительную экономическую и социальную эффективность, только если существует и работает регулярная туристская программа, посвященная той же теме или герою. Только так создаются основы для полноценного брендинга. Этого принципа в области стараются придерживаться и в качестве критерия для решения вопроса о поддержке туристских праздников на местах. Вопросы брендинга стали еще активнее обсуждаться после того, как в стране стартовал «сказочный проект». 17 декабря 2010 года газеты «Московская неделя» и «Вечерняя Москва» сообщили, что Ярославская область признана самой «сказочной». Но надо четко понимать, что это стало возможным благодаря многолетней работе специалистов по туризму и деятелей культуры. Еще в 2006 году в Ярославской области обсуждался проект создания сетевого маршрута по мотивам русских сказок с посещением «мест проживания» их героев. Если в других 17 регионах России «нашлось» максимум 1–2 героя, то у нас — сразу 6 известных сказочных персонажей. 4 июня 2011 года в Переславле-Залесском прошел 2-й межрегиональный фестиваль туристских брендов «В гости к Берендею». Там обменялись опытом «пред-

ставители» более десятка известных сказочных персонажей из Ярославской и других областей России. Чтобы закрепить в умах россиян возможность посетить сказочных персонажей, в Переславле-Залесском во дворе «Дома Берендея» была установлена «Сказочная верста», которая показывает расстояние до места «проживания» героев сказок.

На Международном туристическом форуме, прошедшем в октябре 2011 года в Ярославле, один из ведущих ярославских туроператоров уже представлял свой новый маршрут для детского туризма «Сказочное кольцо России». То есть в области не пытаются суесть и манипулировать броскими слоганами, придумывать «красивые обертки», а пытаются «выращивать» туристские бренды там, где для этого имеются условия и основания.

Если говорить о крупных городах, то Ярославль является очевидным лидером на туристском пространстве Золотого кольца. Кроме того, это просто достаточно крупный экономический и культурный центр. Есть и ключевой объект — исторический центр Ярославля, целиком внесенный в список Всемирного культурного наследия человечества ЮНЕСКО. В этих условиях достаточно непросто сформировать единственный туристский бренд города. При этом надо понимать, что здесь бесполезно бороться с уже сформировавшимися представлениями в сознании туристов и россиян. Регулярные социологические опросы въезжающих в область гостей показывают, что город четко ассоциируется, прежде всего, с древнерусским городом на Волге. Близкие результаты дают и опросы жителей Центральной России. Кстати, Ярославль стабильно занимает третью (после Санкт-Петербурга и Москвы) строчку среди наиболее известных туристских центров для жителей Центральной России. Особенно явно (почти на четверть!) известность Ярославля выросла после празднования 1000-летнего юбилея города.

Ряд городов Ярославской области (Ростов, Углич, Переславль-Залесский) имеют устойчивые ассоциации как древние русские и самобытные города. Эти ассоциации могут и должны стать основой для туристского брендинга.

Наиболее четкий образ у Мышкина, который связан с названием города, и обыгран в многочисленных музеях и объектах (Музей Мыши, «Мышкины палаты», ресторан «Мышеловка»). И хотя как такового зафиксированного бренда у Мышкина нет, сегодня уже сам город стал брендом.

Тб



«» Заповедные острова архипелага Фуругельма к югу от Владивостока.

Очень Дальний Восток

Круглый стол, посвященный рекреационному потенциалу Дальневосточного региона, состоялся в Москве в преддверии саммита АТЭС. «Для начала, — отметил заместитель руководителя Федерального агентства по туризму **НИКОЛАЙ НОВИЧКОВ**, — надо понять, привлекателен ли Дальневосточный регион для туристов? И если да, то из каких стран?»

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ, ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Безусловный приоритет должен быть отдан странам АТЭС — сегодня в эту организацию входит 21 государство, в них проживает 40% населения мира, они дают 55% мирового ВВП и треть мирового дохода от туризма. Также важно, что для большинства из них, стран по преимуществу азиатских, вполне европейский Владивосток — настоящая экзотика. А поэтому необходима продуманная, расчетливая и агрессивная программа продвижения дальневосточного турпродукта на рынки государств АТЭС. Тем более что «диких» туристов из этих стран на то же озеро Ханка, в тигровый и леопардовый заповедники приезжает много.

По мнению многих специалистов по внутреннему туризму, растет интерес к Дальнему Востоку и среди российских туристов. Например, эксперты ООО «РЖД Тур» отмечают увеличивающийся спрос россиян на путешествия на транссибирских поездах. Что же мешает развитию на Дальнем Востоке как внутреннего, так и въездного туризма? «Главное, — считает руководитель Управления международного сотрудничества Федерального агентства по туризму Валерий Коровкин, — транспортная доступность». Только для иностранных туристов транспортная доступность — это, прежде всего, неудобные стыки в аэропортах Владивостока и Хабаровска, а порой и просто невозможность добраться в ту или иную точку региона за отсутствием транспортных средств. Для российских гостей — это запредельные и растущие с каждым годом цены на авиабилеты, трудности при попадании из международного аэропорта Владивостока непосредственно

в город — ничего подобного столичному «Аэроэкспрессу» в городе не значится даже в планах. Нет во Владивостоке — и здесь он повторяет привычный путь столиц — и гостиниц экономического класса. Выход, с точки зрения эксперта, состоит в создании — при участии государства и крупнейших туроператоров — не многих, а для начала одного четко проработанного, прорекламированного и профинансированного маршрута по Дальнему Востоку, подобного Золотому кольцу России. Только в этом случае станет возможным его дотирование со стороны Министерства транспорта.

«» В развитии туризма на Дальнем Востоке сегодня налицо некая точка замерзания. Чтобы увеличить объемы перевозок в масштабах региона, надо снижать цены. А для того, чтобы снизить цены, надо увеличить объемы перевозок >>>

ДЕНИС ЗАЙЦЕВ

Директор департамента внутреннего туризма НТК «Интурист»

Турцентр в Нарьян-Маре

«Для реализации туристического потенциала Ненецкого автономного округа крайне важно включить регион в карту маршрутов Северо-Запада России и позиционировать его как один из туристических регионов Севера», — считает начальник управления по делам коренных малочисленных народов Севера и традиционным видам деятельности НАО Юрий Хатанзейский. Как один из шагов в этом направлении рассматривается появление в НАО нового этнографического центра общей площадью более чем в тысячу квадратных метров, а также территории вокруг него (свыше 5 га), рас-

положенных в 7 км от Нарьян-Мара. Центр задуман как комплекс сооружений, включающих гостиницу, помещения для работы мастерских народных промыслов и ремесел, летнюю эстраду на 150 зрителей, баню, два загона для содержания оленей, автостоянку на 50 машин. Для хорошего доступа к ним появится асфальтированная дорога. Финансирование строительства туристического культурного центра осуществляется в рамках долгосрочной целевой программы «Сохранение и развитие коренных малочисленных народов Севера в Ненецком автономном округе на 2011–2013 годы».



Туризм в стране поморов

Архангельская региональная туристская ассоциация (АРТА) объединяет практически всех крупнейших туроператоров и туристические агентства Архангельской области, а также различные предприятия сферы туризма и сопутствующих отраслей

ТЕКСТ ИРИНА ПЕЛЕВИНА



Ассоциация была создана около десяти лет назад с целью развития туризма в области, повышения ее туристской привлекательности и создания единого информационного туристского поля. АРТА — постоянный участник региональных, российских и международных профильных выставок, где единым стендом представляет достопримечательности региона. Ассоциация выпускает единственное на территории Архангельской области специализированное туристское издание — газету «Мир путешествий Поморья».

По словам руководителя АРТА Сергея Никулина, движение вперед есть: в 2011 году Архангельскую область посетили свыше 100 тысяч туристов, в 2010 году их было 76 тысяч. Налажено тесное сотрудничество с областным Министерством по делам молодежи, спорту и туризму. Запущен официальный сайт АРТА (artg.ru). Прделана большая работа в сфере участия ассоциации в международных проектах и грантах. Подана заявка на участие в программе «БАРТ-2» — «Государственно-частное партнерство в сфере развития туризма в Баренцевом регионе».

Основной проблемой развития туризма в регионе по-прежнему является отставание транспортной инфра-

структуры. У области не хватает финансирования на ремонт дорог на туристических направлениях, на развитие морского и речного круизного туризма, нет возможности снизить цены на авиаперелеты. Поездка на родину М.В. Ломоносова в Холмогоры или на Соловки по стоимости иногда превышает отдых в Турции или Европе. Но тысячи туристов каждый год привлекают уникальные достопримечательности русского Севера. Члены ассоциации формируют новые программы и проекты. Ближайшая цель, которую ставит перед собой АРТА, — превратить сезонный летний туризм в круглогодичный и принимать миллион туристов в год.

НАГРАДЫ НАХОДЯТ ГЕРОЕВ

АРТА приняла активное участие в организации встречи министра по делам молодежи и спорту Архангельской области Елены Доценко с общественностью, мероприятие было посвящено вопросам развития туризма, молодежной политики и спорта в регионе до 2016 года. От имени губернатора Архангельской области Елена Доценко вручила Сергею Никулину почетную грамоту и ценный нагрудный знак «За многолетнюю эффективную работу по продвиже-

«История и необычная красота Кий-острова привлекает как туристов из дальних районов страны, так и местных жителей».

Министр по делам молодежи и спорту Архангельской области ЕЛЕНА ДОЦЕНКО вручает финансовому директору компании «Помор-Тур» СЕРГЕЮ НИКУЛИНУ почетную грамоту и нагрудный знак.



нию регионального туристского продукта на российском и международном рынках, большой личный вклад в развитие въездного и выездного туризма и в связи с 50-летием». Встреча проходила 16 июня на борту колесного парохода «Н.В. Гоголь». Это уникальный памятник отечественного судостроения, построенный в 1911 году и по-прежнему работающий на Северной Двине.

Там же руководители крупнейшего туроператора Архангельской области «Помор-Тур», основатели АРТА — генеральный директор Татьяна Бестужева и финансовый директор Сергей Никулин — провели презентацию туристических программ и новых проектов компании на русском Севере для журналистов федеральных и региональных СМИ и турменеджеров. Татьяна Бестужева напомнила, что «Помор-Тур», работающий в Архангельской области почти два десятка лет, — лауреат национальной премии им. Юрия Сенкевича в номинации «Лучший региональный туроператор в области въездного и внутреннего туризма», а круиз на пароходе «Н.В. Гоголь» — в номинации «Бренд года» отмечен как лучший туристский маршрут. Оператор предлагает экскурсии по Архангельску, Каргополоу и Сольвычегодску, поездки на Соловецкие острова, на Кий-остров, в Кенозерский национальный парк и Пинежские пещеры, круизы по Северной Двине на пароходе «Н.В. Гоголь».

СРЕДЬ МОРЯ КАМЕНЬ

Кий-остров расположен в Онежском заливе Белого моря в 15 км от старинного русского города Онеги. Длина острова — два километра, а ширина не превышает 800 м, но на этом «среди моря камень» есть и огромные,

высотой до 25 метров скалы, и широкие песчаные пляжи, и целебные сосновые боры. Здесь изобилие грибов, ягод и редких растений. Прогуливаясь по острову, только ягод можно найти 15 видов, среди них такие редкие, как княженика или шотландский дёрн. А в море иногда мелькнет спина беломорской белухи. Кстати, на острове всегда нужно иметь при себе часы, вся жизнь здесь подчинена расписанию приливов и отливов. Уровень моря меняется на 6 метров дважды в сутки, превращая один остров в несколько отдельных островков. Дух умиротворения туристы чувствуют не только от первозданной красоты природы, но и благодаря сохранившимся постройкам Кийского Крестного монастыря, заложенного в XVII веке патриархом Никоном.

Поклонники острова не только ездят сюда отдыхать. Они основали в Архангельске «Клуб влюбленных в Кий-остров». Путевки на июль в дом отдыха «Кийский» распродаются уже в феврале. Многие приезжают и в июне полюбоваться островом в белые ночи. Компания «Помор-Тур» предлагает однодневные экскурсии на остров с размещением в гостиницах города Онеги.

ГОРОД ИМЕНИ НЕБЕСНОГО АРХИСТРАТИГА

Много новых достопримечательностей появилось в столице области — Архангельске. Практически завершилась реставрация комплекса Гостиных Дворов XVII–XVIII веков, в нем открыта постоянная экспозиция краеведческого музея «История и культура Поморья» и работают различные выставки. Два года назад на набережной поставили новый памятник — тюленю — в благодарность за спасение многих жизней от голода во время войны. Визитной карточкой города считается пешеходная улица имени Чумбарова-Лучинского, хранящая атмосферу деревянных купеческих особняков XIX века. Здесь можно «пожать руку» памятнику любимому северянами писателю Степану Писахову. Рядом стоит памятник герою его рассказов — архангельскому мужику. **ТБ**



ПО-ЦАРСКИ

»»» В пригороде Архангельска самым посещаемым объектом по-прежнему является музей деревянного зодчества «Малые Корелы». Показывают туристам также красивейший архитектурный комплекс XVII–XVIII веков в Заостровье, в селе Рикасово. Среди новых проектов — экскурсия на Солзенский рыбозавод в пригороде Северодвинска, центра атомного судостроения России. Директор завода Сергей Лавров лично рассказывает и показывает, как выращивают и разводят семгу, ежегодно выпуская в реку Солзу 170 тысяч мальков.

Год юбилея

В Архангельской области возродилась традиция проведения ежегодной областной туристской выставки-ярмарки. Приветствуя участников и гостей выставки «Мир путешествий Поморья-2012», министр по делам молодежи и спорту Архангельской области Елена Доценко отметила, что инновационные процессы в индустрии туризма, развитие современных форм туристской кооперации, дело-

вых, культурных и научных связей между регионами и странами в XXI веке обуславливают значимость и необходимость проведения туристских выставок различного уровня. Она назвала это мероприятие значимым событием в сфере туризма в год празднования 75-летнего юбилея Архангельской области. Свои программы и маршруты представили на выставке более 30 турфирм региона.



Город, где стоит задержаться

Столица Урала в представлении большинства наших соотечественников до сих пор не воспринимается как место, интересное для туристической поездки. Вероятно, не последнюю роль сыграла в этом слава города как промышленного гиганта и оплота отечественной «оборонки». Между тем, как смогли убедиться участники короткого, но насыщенного инфотура, проведенного летом администрацией Екатеринбурга, уральская столица — это современный, динамично развивающийся мегаполис с интереснейшей историей и богатой культурной жизнью, и он заслуживает пристального внимания путешественников.

ТЕКСТ МИХАИЛ ШУГАЕВ

Особый колорит Екатеринбургу придает его уникальное месторасположение на границе между Европой и Азией — символическая граница двух частей света проходит в 17 км от города, посещение этого места — непременная часть всех экскурсионных туров. Любителей главного природного богатства края заинтересуют богатейшие собрания Музея истории камнерезного и ювелирного искусства и Геологического университета. В Музее изобразительных искусств можно увидеть уникальный Каслинский павильон — ажурный чугунный дворец, изготовленный местными мастерами для Всемирной выставки, проходившей в Париже в 1900 году, и завоевавший там Гран-при. Целый «Литературный квартал» города связан с именами знаменитых писателей, живших здесь. Среди них — Бажов и Мамин-Сибиряк. Местом православного паломничества стал белокаменный Храм-памятник на Крови. Его возвели в 2003 году на месте ипатьевского дома, в подвале которого была расстреляна в 1918 году царская семья.

Очень интересна современная архитектура города — от самого полного в России собрания образцов советского конструктивизма до появившегося несколько лет назад 54-этажного небоскреба «Высоцкий», у подножия которого можно увидеть скульптурное изображение влюбленной пары — Владимира Высоцкого и Марины Влади. Сегодня большинство приезжающих в город гостей — это деловые туристы, ведь Екатеринбург — один из динамично развивающихся международных экономических центров. В 2009 году здесь состоялся саммит стран ШОС, а сейчас столица Урала является претендентом на проведение Всемирной выставки ЭКСПО-2020. В минувшем году город с населением 1,4 млн человек посетили около миллиона гостей. Среди них — 135 тысяч иностранцев, и это не считая многочисленных туристов, путешествующих по Транссибу, и гостей, остававшихся в городе менее трех дней. Как рассказала главный специалист по вопросам туризма Комитета по внешним связям администрации Екатеринбурга Марина Ческидова, сейчас 75–80% туристов,

»» **1,4**
млн гостей посетили Екатеринбург в 2011 году. 75–80% туристов, приезжающих в город, — это бизнесмены.

<<< Белокаменный Храм-памятник на Крови, возведенный в 2003 году на месте ипатьевского дома, в котором в 1918 году была расстреляна царская семья.

Небоскреб «Высоцкий», у подножия >>> которого расположилось скульптурное изображение поэта и Марины Влади.



приезжающих в город, — это бизнесмены. Но и они все чаще совмещают деловую программу с различными экскурсиями. В этом им помогает расположенный в самом центре города офис Информационно-туристической службы, где можно получить все необходимые сведения о достопримечательностях, заказать экскурсии, забронировать гостиницу, купить уральские сувениры. Кроме того, в центре города и в международном аэропорту Кольцово — одном из самых современных в России — установлено около десятка информационных терминалов, предлагающих в онлайн-режиме необходимые туристам услуги.

По словам Марины Ческидовой, сегодня существует несколько туристических брендов, благодаря которым город знают и в нашей стране, и за рубежом. Это минералы и золото, проходящая через город Транссибирская магистраль, имена последнего русского царя Николая Второго и первого президента России Бориса Ельцина. Именно с этими именами и понятиями и связаны самые популярные городские экскурсии. Многие из них сформированы с большой выдумкой. Например, посетители «Литературного квартала» могут своими руками прикоснуться к предметам ушедшей эпохи, отобедать в ямщицком трактире. Турфирма «Эльтранс» несколько лет назад арендовала городской трамвай, переоборудовала его и устраивает теперь необычные экскурсии «по рельсам». Находчивость проявили энтузиасты турфирмы Augum из небольшого городка Березовский под Екатеринбургом, который известен как родина русского золота. На свои средства они восстановили практически заброшенную учебную шахту и теперь водят в нее экскурсантов. После посещения шахты туристы могут пройти мастер-класс по намывке золотого песка.

По словам Марины Ческидовой, среди задач городской администрации в сфере туризма — сделать так, чтобы туристы из соседних регионов приезжали в столицу Урала не только на однодневные экскурсии, но и задерживались подольше. Это касается и зарубежных гостей, путешествующих по Транссибу, — они тоже могли бы останавливаться в городе на 2–3 ночи, тем более что их можно привлечь программами, интересными для иностранцев в Свердловской области, — охотой, рыбалкой, водолечением. Правда, для создания таких туров нужно теснее взаимодействовать с областной турадминистрацией.

Чтобы туристы дольше оставались в городе, ему нужно больше гостиниц экономического класса. Сейчас в уральскую столицу активно приходят такие мировые сети, как Hyatt и Radisson SAS, но они предпочитают открывать дорогие отели уровня 5 звезд, а вот комфортабельных 3-звездных отелей городу не хватает. Впрочем, это общая проблема всех российских мегаполисов. «У нас достаточно популярны поездки в Екатеринбург, — отмечает участник инфотура, директор челябинской турфирмы «Одиссея» Адисон Хакназаров. — Больше всего туристы интересуются паломническими поездками, связанными с царской семьей, и школьными турами. Правда, школьников мы в основном возим в развлекательные туры с посещением зоопарка, Свердловской киностудии, аквапарка, завода «Пепси-Кола».

«Екатеринбург и его окрестности — лучшее экскурсионное направление для туристов, которые хотят понять, что такое Урал, в чем особенности традиций и характера его жителей», — считает руководитель отдела выездного туризма Кировской туркомпании «Летучий корабль» Алена Кудрявцева.

Тб

>>> Каслинский чугунный павильон — главный экспонат Екатеринбургского музея изобразительных искусств, жемчужина коллекции Уральского художественного литья XIX–XX веков. В Международном каталоге музеев (ЮНЕСКО) он зарегистрирован как раритет — единственное в мире архитектурное сооружение из чугуна, находящееся в музейной коллекции.





Глубокое чувство

Учредитель круизной компании «Тартус-тур» **ЕЛЕНА ПОПЛИНСКАЯ** уверена, что женщина на корабле — знак благополучия и стабильности

БЕСЕДОВАЛА
СВЕТЛАНА ФУНТУСОВА

Елена, расскажите, пожалуйста, о ваших родителях. Мой отец прошел всю Великую Отечественную войну, которую закончил в Австрии. Мама жила все время в Одессе и была в оккупации. Родители встретились в 1946 году, у них родилась моя старшая сестра, а затем я. Мама занималась домашним хозяйством, папа был начальником автоколонны.

Какие сохранились наиболее яркие воспоминания из детства? Жили мы в собственном частном доме с садом и огородом. К труду меня приучали с детства, определяя обязанности по дому. Я любила стихи и посещала музыкальную школу по классу скрипки. В куклы играла редко, потому что вокруг меня были только мальчишки. Они научили меня не быть капризной и вредной

девочкой, всегда добиваться своей цели. Основные игры — футбол и казаки-разбойники. В школу я очень любила ходить и плакала, если болела. Когда мне было 12 лет, на каникулах мы поехали со старшей сестрой в Москву. У нас там жили родственники. «Я поведу тебя в музей!», — сказала мне сестра. Так я впервые попала в Третьяковскую галерею. На всю жизнь запомнила впечатления от картин Репина и Брюллова, особенно впечатлил Куинджи. А еще был визит в Цирк на Цветном бульваре и встреча с Юрием Никулиным. Такие каникулы для девочки из Одессы — мечта!

Как сложилась ваша жизнь после окончания школы? Я сдавала экзамены в медицинский институт, но не прошла по конкурсу, поэтому пошла работать в таблеточный цех медицинского учреждения ПО «Биостимулятор» в Одессе. Одновременно я была в комитете комсомола школы — занималась общественной работой, позднее стала работать в орготделе Ленинского райкома комсомола.

Чем вы занимались в последующие годы? Проработав два года, я ушла учиться в Одесский институт народного хозяйства, специализация — научная организация труда. Во время учебы успела выйти замуж и родить сына. После окончания института вернулась работать в райком комсомола на должность заведующей сектором учета и финансов. До 1990 года я работала в комсомоле, в 1988–1989 годах окончила ВКШ при ЦК ВЛКСМ в Москве. После 1990 года я преподавала экономику в Финансовом техникуме Одессы и просто восторгалась своими воспитанниками. У меня было два потока: группа будущих налоговых инспекторов и группа будущих страховых агентов. Возраст учащихся — 16–18 лет. Это довольно трудный и очень интересный, позитивный опыт. Знаете, чтобы чему-то научить, нужно много над собой работать и самому постоянно учиться. Очень жалко было уходить из техникума, потому что самая благодарная работа это та, где ты даешь людям новые знания.

Как вы пришли в туризм? Первый туристический опыт я получила, когда мне было 15–16 лет: я подрабатывала во всем известной компании «Спутник». В мои обязанности входили встреча группы, сопровождение ее к месту завтрака и к экскурсоводу, а затем и на обед. За это я получала 40 рублей в месяц. В основном работа эта была летом и на каникулах.

Уже когда я работала в комсомоле, то была руководителем групп во время поездок в Венгрию и Польшу, принимала участие в работе туристического поезда «Одесса — Киев — Минск — Таллин — Новгород — Ленинград». Очень хотелось больше путешествовать. В молодой семье денег особо не было, и муж сказал: «Хочешь бывать в разных странах — иди работать в туризм». Эта идея меня вдохновила, и вот я уже 20 лет тружусь в этой индустрии.

Как развивались события дальше? Моя первая турфирма, в которой я начала полноценно работать в туризме, — «Ксимекстур». Я проработала там три года до ее закрытия. Затем стала планировать открытие своей компании, но в этот момент мне предложили возглавить и создать круизный отдел в «Тартус-туре». До 1999 года мы фрахтовали теплоходы для средиземноморских круизов, но в 2000 году Черноморское морское пароходство прекратило свою деятельность как судовладелец пассажирского флота. Наша организация была тоже реорганизована. Я стала учредителем компании, после внутренней перестройки мы начали фрахтовать речные теплоходы. Сначала по рекам Украины, например, по Дунаю из Измаила, а с 2002 года — по рекам Западной Европы. Сегодня мы сотрудничаем с известными судовладельцами из Швейцарии, Франции, Германии, Португалии.

Считается, что женщина на корабле — к несчастью, а вы практически «адмирал» в своем «флоте». Женщина на корабле к несчастью — это когда речь идет о военном корабле. А на торговом или круизном судне женщина — знак благополучия и стабильности. Почему наша компания занимается круизами? Потому что круизы — лучший отдых в наше время. Благодаря новейшим достижениям науки и техники возможно строительство и обслуживание прекрасных теплоходов, как морских, так и речных, где интерьер, палубы, питание, анимационные и развлекательные услуги — все на высшем уровне.

Кто ваши туристы? Доброжелательные и любознательные люди разного возраста, которые хотят отдохнуть и познать мир. Доля возвратных клиентов составляет 98%. Принцип разработки и предложения круизных программ для туристов — выбор лучшего на основании изучения мирового круизного рынка. Кстати, мы мечтаем организовать круизы по Амазонке и Миссисипи, а также по полноводной реке Янцзы.

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Ф.И.О.

Поплинская
Елена Алексеевна

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Одесса

ОБРАЗОВАНИЕ

высшее, Одесский институт
народного хозяйства

ДОЛЖНОСТЬ

учредитель круизной
компании «Тартус-тур»

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ

английский

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

Одесса

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

замужем, сын — 28 лет,
дочь — 1,5 года

ХОББИ

круизы

»» Мы всегда рады предложить партнерам совместный фрахт, чтобы предоставить более качественный туристический продукт, расширить ассортимент предложений на круизном рынке. Все это возможно при условии тактичности и этики в работе. В итоге появляется культура отношений между туроператорами, которые делают и создают лучшее для туристов.

»» Еще Конфуций сказал: «Найдите работу, в которую вы влюбитесь, и вам не придется трудиться ни дня». Я работаю с любовью и практически все делаю так же. Чувство радости от начатого дела и ощущение восторга от прикосновения к прекрасному и в завершение дела — чувство удовлетворения. Рекомендую всем относиться к своей работе именно так.

Почему вы решили открыть офис компании в Москве? Как встретили вас московские коллеги-конкуренты?

Мы открыли офис в Москве пять лет назад, потому что, выступая прямыми фрахтователями речных теплоходов, компания ощутила необходимость более полно раскрыть свой потенциал в качестве туроператора. У нас своя позиция по поводу конкуренции. Если мы становимся коллегами, то здоровая конкуренция, конечно, присутствует, но самое главное — это этика и такт в отношениях. И результат — совместный качественный круиз по рекам Европы. Конкуренция — двигатель прогресса. Именно такая конкуренция дает возможность более качественно и грамотно обслуживать туристов. Именно в такой ситуации идет диалог, как повысить эффективность подачи продукта и поднять качество услуг.

Сколько в вашей компании сотрудников?

В Одессе у нас работают 16 человек, в Киеве — шесть, в Москве — четверо, в Днепропетровске — трое сотрудников. Мужчин в компании трое, и мы дорожим ими. Средний возраст — 35 лет. Каждый из офисов самостоятелен и автономен: имеет своего директора и бухгалтера. Все эти офисы компании имеют туроператорские лицензии.



Вы строгий руководитель?

В зависимости от ситуации. Если каждый сотрудник на своем месте понимает, что он может и должен делать, то нет необходимости быть строгим. У нас в компании два равноценных учредителя: мой муж, Владимир Смирнов, и я. Муж занимает должность генерального директора, а я — пост директора.

Должна ли существовать дистанция между начальником и подчиненным?

Дистанция — плохое слово. У нас в коллективе очень позитивное отношение друг к другу. И отношение к нам со стороны сотрудников корректное и уважительное. Существует понятие субординации: на работе мы сотрудники, после работы — друзья. У нас есть чувство поддержки.

Расскажите о ваших любимых круизах.

Самый любимый круиз — по реке Рона. Это очень увлекательное путешествие, соприкосновение с природой, ощущение старины и присутствие Ван Гога, Моне и Дега. Прованс — это незабываемо. Прекрасен круиз по Дунаю — прекрасные баварские городки и австрийская сторона с удивительным побережьем, где по обоим берегам реки все придумано, как в сказке.

Рейн — это романтика, долина Лорелеи, живописнейшая природа, городки Боппард, Мангейм, Баден-Баден и древнейшие замки, от которых исходит дух загадки.

Какие путешествия впечатлили вас больше всего?

Круиз по норвежским фьордам и посещение Стокгольма. В 1990 году я впервые отдохнула в Подмосковье, в Звенигороде. Получила массу удовольствия, отдыхая с семилетним сыном. До этого всегда были Крым и Одесса, Прибалтика. Когда попала в Подмосковье, поняла, почему оно вызывает умиротворение, насыщение и очищение: потрясающий воздух, разнотравье, лес, земля. В планах — посещение Америки и Канады.

Елена, расскажите о вашей семье. Мы работаем с мужем в одной компании и рады этому, потому что можем проводить вместе достаточно времени. Моему старшему сыну — 28 лет, дочке мужа — почти 18 лет. В 49 лет я родила еще одного ребенка. Сейчас нашей девочке полтора годика. Все свободное время стараюсь посвящать ей. На выходных люблю проводить время с семьей, друзьями, родственниками. Много общаюсь с друзьями, готовлю, принимаю гостей. А еще у нас есть собака — шоколадный лабрадор.

Тб

Слагаемые успеха

Система онлайн-бронирования «Портбилет» — явление на отечественном туристическом интернет-рынке нерядовое. На сегодняшний день это наиболее развитый и продвинутый b2b-механизм, созданный с учетом потребностей как автономной туристической компании, так и крупного сетевого агентства.

Будучи крупным игроком и лидером рынка с длительной историей, мы в состоянии предвидеть и понимать основные тенденции рынка и адекватно на них реагировать. Мы умеем реагировать на вызовы, трансформируем их в новые инструменты и технологии. «Портбилет» — конкретное тому доказательство.

Рыночные изменения заставляют нас активно брать на себя функции консолидатора, а это требует серьезных ресурсов и усилий: материальных, человеческих, идеологических. Ребрендинг, который сейчас происходит в компании, призван трансформировать нас в более эффективную, клиентоориентированную и еще более конкурентоспособную организацию. Наша задача сейчас — консолидировать рынок, давать простые и эффективные технологии, совершенствовать коммерческие условия. То есть всячески помогать партнерам ориентироваться в новых рыночных условиях.

Консолидатор — это в первую очередь технологии. «Портбилет» как консолидаторская платформа — чрезвычайно простой и эффективный инструмент. Мы поддерживаем и объединяем с его помощью игроков среднего и мелкого бизнеса, гармонизируя различия в процессах и объемах, сокращая ручной труд и увеличивая эффективность. Большим компаниям мы даем возможность строить собственные субагентские сети, что развивает бизнес и увеличивает объемы продаж. Даже фрилансеры, работающие на дому, могут извлечь пользу из «Портбилета», предложив своим клиентам еще и билеты.

Мы открываем нашим партнерам новые возможности, расширяя линейку услуг, открывая новые источники дохода. Большой пул поставщиков и длительный опыт совместной работы с ними позволяет одним открыть доступ к бронированию международных маршрутов, другим дать возможность работать с железнодорожными билетами. Но главное — мы снимаем страх перед работой со сложными маршрутами, перед возможностью сделать дорогостоящую ошибку. Система настолько проста, что даже абсолютно неопытный в бронировании сотрудник в течение короткого времени может начать эффективно справляться со сложными клиентскими запросами.

Кроме технологий и коммерческих усилий все большее значение в настоящее время приобретают лояльность, долгосрочные отношения, доверие. Мы ценим посто-

янство, поощряем его у партнеров и сами придерживаемся этого принципа взаимодействия. Именно это партнерство помогает нам улучшать технологии. Мы слушаем и слышим пользователей системы, проводя опросы и внося корректировки в систему по их итогам.

СИСТЕМА «ПОРТБИЛЕТ»

Агентствам предоставляется абсолютно бесплатный доступ к системе и широкий спектр услуг, которые они могут оказывать своим клиентам. Пользоваться сервисом просто и удобно: интуитивно-понятный интерфейс, движок по поиску сложных или комбинированных маршрутов и автоматическое формирование отчетности. В системе может работать любой человек, который имеет навыки пользования компьютером и интернетом. Все важные моменты, на которые надо обратить внимание, появляются в виде ярких подсказок, а скорость получения информации превышает скорость работы любого высокопрофессионального оператора.

На сегодняшний день в «Портбилете» представлен практически полный спектр услуг, необходимых для организации поездок. Помимо заказа авиабилетов более чем 500 международных и российских авиакомпаний, можно воспользоваться крупнейшими системами бронирования гостиниц по всему миру — iGlobe, Venere, Hotelopia. В общей сложности через «Портбилет» можно забронировать более 150 тысяч частных и сетевых отелей, а также апартаментов, вилл, шале. Можно оформить железнодорожные билеты «РЖД», а в перспективе — билеты от таких крупнейших европейских компаний, как Deutsche Bahn и Rail Europe и даже Швейцарской сети внутренних железных дорог.

В системе уже представлен практически полный набор back-office-функций. В «личном кабинете» пользователь может формировать отчеты в самых различных разрезах, выгружать их в формате, пригодном для экспорта в 1С или другие учетные системы. Для ускорения взаиморасчетов «Портбилет» подключен к платежным системам моментальной оплаты с пластиковых карт. Комиссия за эквайринг — одна из самых низких на рынке.

В перспективе «Портбилет» позволит компании формировать свой собственный готовый единый туристический продукт.



« Наша задача сейчас — консолидировать рынок, давать простые и эффективные технологии, совершенствовать коммерческие условия. То есть всячески помогать партнерам ориентироваться в новых рыночных условиях >>>

ДМИТРИЙ ГОРИН

Генеральный директор компании «Випсервис»



Москва,
Переведеновский пер.,
д. 17, стр. 1
8-495-626-50-12
portbilet@vipservice.ru
www.vipservice.ru

Допуски — с молотка

Федеральная антимонопольная служба разослала в авиакомпании письма с просьбой высказать свое мнение о предложении продавать с аукциона допуски на выполнение международных маршрутов

ТЕКСТ МИХАИЛ ЕВНЕВИЧ



«Мы выясняем позицию авиакомпаний по вопросу возможности проведения аукционов для отбора авиаперевозчиков на маршруты. Это не единственный вариант. Вопросы, связанные с проведением аукционов, предложили обсудить наши коллеги из Минтранса. Чтобы подготовиться к обсуждению, мы направили запрос в авиакомпанию, чтобы понимать, как они относятся к такого рода процедуре», — сообщил агентству «Прайм» заместитель руководителя ведомства Анатолий Голомолзин. Минтранс новую идею поддержал.

Идея с аукционом возникла неслучайно: проблема назначения перевозчиков на международные маршруты уже давно стоит весьма остро. Несмотря на все шаги, сделанные Минтрансом для либерализации неба, и тот факт, что право назначать авиакомпании перешло от Росавиации к специально созданной межведомственной комиссии, до сих пор не решена проблема монополии на авиарынке. И даже в случае реализации предложенной ФАС идеи с аукционами ничего кардинально не изменится. Такой точки зрения придерживаются опрошенные эксперты.

«Я считаю, что ФАС занялась не своим делом. Аукционы будет выигрывать более богатая авиакомпания. Именно поэтому «Аэрофлот» будет по-прежнему везде летать, а какой-нибудь небольшой перевозчик — нет. Если бы в аукционе участвовали зарубежные компании, то, возможно, ситуация бы поменялась. Но участниками будут только российские авиакомпании, что, конечно, не прибавит конкуренции, поэтому и цены на билеты не уменьшатся», — считает директор компании «Асент Авиа» Борис Богданов.

Раскритиковали идею ФАС и ведущие авиаперевозчики. Генеральный директор «Трансаэро» Ольга Плешакова уверена, что переход к аукционам фактически означает отказ государства от выполнения

своих функций по защите интересов потребителей.

При этом искусственные преимущества будут у иностранных конкурентов, которые получают те же линии бесплатно. Кроме того, непонятно, как в действующей правовой среде будут оформляться права собственности на приобретение допусков, осуществляться налогообложение.

Еще один риск аукционной схемы: возможны такие ситуации, когда компании, уже имеющей допуск на линию, будет выгодней купить и не использовать права, чтобы не допустить конкурентов на линию. «Это полностью противоречит самой идее либерализации воздушных сообщений», — отмечает Ольга Плешакова. «В мировой практике еще не было такой схемы по взиманию денег с авиаперевозчиков. В конечном итоге пострадают пассажиры, так как расходы на приобретение новых направлений отразятся на стоимости билетов.

Тб

»»» На 3,4% вырос спрос на пассажирские перевозки в июле по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, тогда как в июне этот показатель составил 6,3%, — сообщает ИАТА. Замедление темпов роста объема пассажирских авиаперевозок вызвано недавним падением индекса доверия к бизнесу во многих отраслях экономики, — поясняют эксперты ИАТА.



МАРКЕТИНГ АВИАТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

8-я международная профессиональная конференция
20-21 ноября 2012 года, гостиница «Ренессанс Москва Олимпик»

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ КОНФЕРЕНЦИИ

- Текущий рынок онлайн-продаж билетов: прогнозы и развитие
- Авиакомпания и агентства в социальных сетях
- Продвижение авиакомпаний на рынке мобильных услуг
- Метапоисковые системы: возможности и вызовы
- Революция в мире мобильных устройств
- Оптимизация каналов дистрибуции для стимулирования продаж
- Будущее GDS

СРЕДИ ВЫСТУПАЮЩИХ
Представители Aviacassa.ru, Aviasales.ru, Google, MSQ partners, Ozon.Travel, Sirena-Travel, Skyscanner, Yandex.Schedules, YouScan и другие.

СКИДКИ
Льготное участие для представителей авиакомпаний, аэропортов, агентств. А также скидки при регистрации до 15 октября.

events.ato.ru За дополнительной информацией обращайтесь:
(495) 626-53-29, events@ato.ru

ОРГАНИЗАТОР



СПОНСОР КОНФЕРЕНЦИИ




КРУИЗЫ НА АМЕРИКАНСКИХ ЛАЙНЕРАХ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ КОМПАНИИ PRINCESS CRUISES В РОССИИ И СНГ



PRINCESS CRUISES
escape completely

КРУИЗЫ ОТ БРИЗА



7 ИЗ 10 ЛЮБИТЕЛЕЙ КРУИЗОВ В РОССИИ ПРЕДПОЧИТАЮТ ПУТЕШЕСТВОВАТЬ С НАМИ

on-line
WWW.BREEZE.RU
бронируйте каюты в интернете



АЗИАТСКИЕ ЖЕМЧУЖИНЫ
25 ОКТЯБРЯ | 10 НОЯБРЯ | 01 АПРЕЛЯ

РУССКОЯЗЫЧНЫЕ ГРУППЫ
ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ

17 ДНЕЙ
1699
ОТ USD

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



ЛАЙНЕР QUEEN MARY-2 (6)* LUX
водоизмещение: 150.000 тонн / 2620 пассажиров

КОРОЛЕВСКИЕ КРУИЗЫ СИНГАПУР, ИНДИЯ, ДУБАЙ

РУССКИЕ ГРУППЫ / ЭКСКУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ



КРУИЗЫ НА АМЕРИКАНСКИХ ЛАЙНЕРАХ



ДУБАЙ, ИНДИЯ И СИНГАПУР (сегмент кругосветки)

13 ДНЕЙ ДУБАЙ – СИНГАПУР | QUEEN MARY-2 5(6)* LUX

28.01	ДУБАЙ, ОАЭ	посадка с 13 дня
29.01	АБУ-ДАБИ, ОАЭ	цельный день
30.01-01.02	в море	
02.02	КОЧИН, ИНДИЯ	цельный день
03.02	в море	
04.02	КОЛОМБО, ШРИ-ЛАНКА	цельный день
05-06.02	в море	
07.02	ОЛАНГКАВИ, МАЛАЙЗИЯ	цельный день
08.02	КУАЛА-ЛУМПУР, МАЛАЙЗИЯ	цельный день
09.02	СИНГАПУР	высадка до 11 утра



ОТ 1837 USD

ДЕНЬ	▲ МАРШРУТ КРУИЗА ПОРТЫ ЗАХОДА	ПРИБЫТИЕ	ОТБЫТИЕ
------	---------------------------------	----------	---------

2013
28 января (пн)
27 марта* (ср)
*Обратное расписание, порядок портов изменён.
цельный день – стоянка более 6 часов
полдень – стоянка менее 6 часов

ВИЗЫ для ГРАЖДАН РОССИИ:
СИНГАПУР, ОАЭ, ИНДИЯ
Цены за круиз указаны на одного человека при 2-х местном размещении.
Портовые сборы - включены в стоимость круиза.
Дополнительно оплачиваются: таксы 125.36 USD на человека, вино, д/б и страховка.

28 января	27 марта	
\$ 1837	\$ 1992	КАЮТА БЕЗ ОКНА класс Britannia от 15 кв.м
\$ 2266	\$ 2384	КАЮТА С ОКНОМ класс Britannia от 15 кв.м
\$ 2621	\$ 2733	КАЮТА С БАЛКОНОМ класс Britannia от 20 кв.м
\$ 5331	\$ 5487	ПРИНЦЕСС-СЬЮТ С БАЛКОНОМ класс Princess Grill от 31 кв.м
\$ 6918	\$ 7108	КВИНС-СЬЮТ С БАЛКОНОМ класс Queens Grill от 47 кв.м

СИНГАПУР – ГОНКОНГ (сегмент кругосветки)

9 ДНЕЙ СИНГАПУР – ГОНКОНГ | QUEEN MARY-2 5(6)* LUX

09.02	СИНГАПУР	посадка с 15 дня
10.02	в море	
11.02	О.САМУИ, ТАИЛАНД	цельный день
12.02	БАНГКОК, ТАИЛАНД	цельный день
13.02	в море	
14.02	ХОШМИН, ВЬЕТНАМ	цельный день
15-16.02	в море	
17.02	ГОНКОНГ, КИТАЙ	высадка до 11 утра



БАЛКОН ОТ 1971 USD

ДЕНЬ	▲ МАРШРУТ КРУИЗА ПОРТЫ ЗАХОДА	ПРИБЫТИЕ	ОТБЫТИЕ
------	---------------------------------	----------	---------

2013
09 февраля (сб)
19 марта* (вт)
*Обратное расписание, порядок портов изменён.
цельный день – стоянка более 6 часов
полдень – стоянка менее 6 часов

ВИЗЫ для ГРАЖДАН РОССИИ:
СИНГАПУР
Цены за круиз указаны на одного человека при 2-х местном размещении.
Портовые сборы - включены в стоимость круиза.
Дополнительно оплачиваются: таксы 51.28 USD на человека, вино, д/б и страховка.

09 февраля	19 марта	
\$ 1788	\$ 1971	КАЮТА С БАЛКОНОМ класс Britannia от 23 кв.м
\$ 3554		ПРИНЦЕСС-СЬЮТ С БАЛКОНОМ класс Princess Grill от 31 кв.м
\$ 6397		КВИНС-СЬЮТ С БАЛКОНОМ класс Queens Grill от 47 кв.м

групповой заезд с экскурсиями в портах захода на русском языке. - наш представитель на борту + экскурсии на русском языке.



ЛАЙНЕР DIAMOND PRINCESS 5* LUX
водоизмещение 116,000 тонн / 2670 пассажиров

КРУИЗЫ НА АМЕРИКАНСКИХ ЛАЙНЕРАХ

ЯПОНИЯ И КИТАЙ

8 ДНЕЙ ПЕКИН – ТОКИО | DIAMOND PRINCESS 5* LUX

дней	посадка с 13 дня	18.00
03.05	ПЕКИН, Китай (Тяньцзинь)	18.00
04.05	ДАЛЯНЬ, Китай	09.00 18.00
05.05	в море	- -
06.05	ПУСАН, Южная Корея	06.00 17.00
07.05	в море	- -
08.05	ОСАКА / КИОТО, Япония	07.00 20.00
09.05	в море	- -
10.05	ТОКИО, Япония (Йокогама)	- высадка до 11 утра



МЕНЮ В
РЕСТОРАНАХ
ЛАЙНЕРА
НА РУССКОМ
ЯЗЫКЕ

КРУИЗ КЛАСС
ПРЕМИУМ

ОТ
1299
USD

день	▲	МАРШРУТ КРУИЗА ПОРТЫ ЗАХОДА	ПРИВЫТИЕ	ОТБЫТИЕ
2013		03 мая (пн)		

ВИЗЫ для ГРАЖДАН РОССИИ:
КИТАЙ, ЮЖНАЯ КОРЕЯ, ЯПОНИЯ

Цены за круиз указаны на одного человека при 2-х местном размещении.

Портовые сборы - включены в стоимость круиза.

Дополнительно оплачиваются: такси 130.00 USD на человека, вода, д/б и страховка.

\$ 1299	КАЮТА БЕЗ ОКНА категории [С-М]
\$ 1399	КАЮТА С ОКНОМ категории [ОЗ-НН] за отдельный вход
\$ 1499	КАЮТА С ОКНОМ категории [ЕЗ]
\$ 1895	КАЮТА С БАЛКОНОМ категории [ВО-ВР]
\$ 2295	МИНИСЬЮТ С БАЛКОНОМ категории [АД-АЕ]

ВОКРУГ ЯПОНИИ С ФЕСТИВАЛЯМИ

13 ДНЕЙ ТОКИО – ТОКИО | SUN PRINCESS 5*

дней	посадка с 13 дня	17.00
05.05	ТОКИО, Япония (Йокогама)	17.00
07.05	в море	- -
08.05	АОМОРИ, Япония (о.Хонсю)	07.00 18.00
09.05	в море	- -
10.05	ПУСАН, Южная Корея	07.00 17.00
11.05	в море	- -
12.05	КАНАДЗАВА, Япония (о.Хонсю) (порт на борту лайнера)	06.00 -
13.05	КАНАДЗАВА, Япония (о.Хонсю)	- 17.00
14.05	САКАИМИНАТО, Япония (о.Хонсю)	06.00 17.00
15.05	МАЙДЗУРУ / КИОТО, Япония (о.Хонсю)	06.00 18.00
16.05	в море	- -
17.05	НАГОЯ, Япония (о. Хонсю)	12.00 19.00
18.05	ТОКИО, Япония (Йокогама)	- высадка до 11 утра



МЕНЮ В
РЕСТОРАНАХ
ЛАЙНЕРА
НА РУССКОМ
ЯЗЫКЕ

КРУИЗ КЛАСС
ПРЕМИУМ

день	▲	МАРШРУТ КРУИЗА ПОРТЫ ЗАХОДА	ПРИВЫТИЕ	ОТБЫТИЕ
2013		06 мая (пн)		

Футуристичный Токио, Ежегодный Большой Фестиваль-Парад в Киото – 15мая, Фестиваль «Покровителя семейного счастья» в Идзумо-Тайся (из Скаиминато), традиционная Япония самураев и гейш в Канадзаве.

ВИЗЫ для ГРАЖДАН РОССИИ:
ЯПОНИЯ (дипломатия), ЮЖНАЯ КОРЕЯ

Цены за круиз указаны на одного человека при 2-х местном размещении.

Портовые сборы - включены в стоимость круиза.

Дополнительно оплачиваются: такси 50.00 USD на человека, вода, д/б и страховка.

\$ 2099	КАЮТА БЕЗ ОКНА
\$ 2662	КАЮТА С ОКНОМ
\$ 3212	КАЮТА С БАЛКОНОМ
\$ 4737	МИНИСЬЮТ С БАЛКОНОМ

РУССКИЕ ГРУППЫ В НОВОГОДНИХ КРУИЗАХ ПО АВСТРАЛИИ, Ю.АМЕРИКЕ И КАРИБАМ

с нашим представителем на борту

АВСТРАЛИЯ И НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ

15 ДНЕЙ | ОКЛЕНД – СИДНЕЙ | DIAMOND PRINCESS 5* LUX

ПТ	ОКЛЕНД, Новая Зеландия	посадка с 13:00	18.00
СБ	ТАУРАНГА, Новая Зеландия	09.30	20.00
ВС	в море	-	-
ПН	ПИКТОН, Новая Зеландия	08.00	17.00
ВТ	ВЕЛЛИНГТОН, Новая Зеландия	07.00	18.00
СР	КРАЙСТЧЕРЧ, Новая Зеландия (Акарова)	08.00	18.00
ЧТ	ДАНИДИН, Новая Зеландия (Чалмерс)	08.00	18.00
ПТ	НАЦ ПАРК ФЬОРДОВ, Новая Зеландия (круиз)	09.00	19.00
СБ-ВС	в море	-	-
ПН	О.ТАСМАНИЯ, Австралия (Хобарт)	08.00	18.00
ВТ	в море	-	-
СР	МЕЛЬБУРН, Австралия	07.00	17.00
ЧТ	в море	-	-
ПТ	СИДНЕЙ, Австралия	-	высадка до 11 утра



ОТ **1299** USD

МЕНЮ В РЕСТОРАНАХ
ДИАМОНДА
НА РУССКОМ
ЯЗЫКЕ

КРУИЗ КЛАССА
ПРЕМИУМ

14 декабря (пт)
28 декабря 2012 (пт)
новогодняя группа
11 января 2013 (ср)
25 января (ср)
08 и 22 февраля (ср)

ВИЗЫ для ГРАЖДАН РОССИИ:
АВСТРАЛИЯ, НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ

Цены за круиз указаны на одного человека при 2-х местном размещении.
Портовые сборы - включены в стоимость круиза.
Дополнительно оплачиваются: такси 145.00 USD на человека, визы, а/б и страховка.

20 декабря	\$ 1499	\$ 1199	КАЮТА БЕЗ ОКНА категория (К-М)
	\$ 1599	\$ 1299	КАЮТА С ОКНОМ категория (GG-NN) загороженный вид
	\$ 1799	\$ 1599	КАЮТА С ОКНОМ категория (EE)
	\$ 1999	\$ 1899	КАЮТА С БАЛКОНОМ категория (BB-BF)
	\$ 2899	\$ 2299	МИНИСЬЮТ С БАЛКОНОМ категория (AD-AE)

В ЮЖНУЮ АМЕРИКУ С PRINCESS БЕЗ ВИЗ

14 ДНЕЙ | САНТЬЯГО – БУЭНОС-АЙРЕС | STAR PRINCESS 5* LUX

1	САНТЬЯГО, Чили (Вальпарайсо)	посадка с 13:00	18.00
2	в море	-	-
3	ПУЭРТО-МОНТ, Чили	07.00	17.00
4-5	в море	-	-
6	ПУНТА-АРЕНАС, Чили	06.00	19.00
7	УШУАЙЯ, Аргентина (Огненная Земля)	12.00	20.00
8	МЫС ГОРН, Чили (круиз)	08.00	09.00
9	ПОРТ СТЕПЛИ, Фолклендские острова	08.00	18.00
10	в море	-	-
11	ПУЭРТО-МАДРИН, Аргентина	07.00	17.00
12	в море	-	-
13	МОНТЕВИДЕО, Уругвай	08.00	17.00
14	БУЭНОС-АЙРЕС, Аргентина	-	высадка до 11 утра



ОТ **1399** USD

МЕНЮ В РЕСТОРАНАХ
ДИАМОНДА
НА РУССКОМ
ЯЗЫКЕ

КРУИЗ КЛАССА
ПРЕМИУМ

22 декабря 2012 (сб)
04 января 2013 (пт)
новогодние группы
17 и 30 января 2013
12 и 25 февраля

БЕЗ ВИЗ

Цены за круиз указаны на одного человека при 2-х местном размещении.
Портовые сборы - включены в стоимость круиза.
Дополнительно оплачиваются: такси 200.00 USD на человека, визы, а/б и страховка.

22 декабря	\$ 1595	\$ 1399	КАЮТА БЕЗ ОКНА категория (К-М)
	\$ 1795	\$ 1695	КАЮТА С ОКНОМ категория (GG-NN) загороженный вид
	\$ 2145	\$ 2045	КАЮТА С ОКНОМ категория (EE)
	\$ 2495	\$ 2299	КАЮТА С БАЛКОНОМ категория (BB-BF)
	\$ 2995	\$ 2799	МИНИСЬЮТ С БАЛКОНОМ категория (AD-AE)

РОССИЯ

МОСКВА:

- 5-й ДОНСКОЙ ПРОЕЗД 21Б, СТР.10, ЭТАЖ 4
тел. 7-200-100, 925-777-1 / факс (7-495) 789-60-10
- УЛ. ГИЛЯРОВСКОГО 39, ОФИС 213 / тел. (7-495) 921-35-15

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ:

- ПРОСПЕКТ БАКУНИНА 4
тел. (7-812) 717-38-06, (7-812) 318-15-16

ЕКАТЕРИНБУРГ:

- УЛ. БЕЛИНСКОГО 83, ОФИС 19/02
тел. (7-343) 229-53-71, (7-343) 229-53-72, (7-343) 222-08-22

УКРАИНА

КИЕВ: НАФТА КРУИЗЕС

- УЛИЦА Б.ХМЕЛЬНИЦКОГО, 16/22, ВХОД №2
тел. (38-044) 369-30-59, 383-60-04



Мини вне закона

Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы провел заседание рабочей группы по вопросам законодательного обеспечения деятельности малых средств размещения. В мероприятии приняли участие юристы комитета, владельцы и руководители московских хостелов и мини-отелей.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

«Важно, — сказал председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы Сергей Шпилько, — что Министерство культуры РФ, отвечающее теперь за туризм на федеральном уровне, ищет пути создания более благоприятных правовых и экономических условий для развития малых коллективных средств размещения». Определенные шаги к созданию адекватной нормативной базы, регулирующей деятельность небольших средств размещения, уже сделаны. Необходимо внести поправки как в законодательство о туризме и систему классификации гостиниц, так и в ГОСТы, СНИПы и Санпины.

В настоящий момент мини-отели и хостелы постоянно проверяются различными контролирующими службами, причем к владельцам этих объектов размещения предъявляются порой необоснованные требования. «Одна из наших главных проблем, — отметил совладелец и управляющий недавно открытого в Москве хостела Da! Hostel Moscow Антон Басин, — заключается в том, что нахождение малых средств размещения в жилых домах часто вызывает активное сопротивление. Аргумент один — отсылка к ГК, в котором указывается, что в жилых помещениях запрещается размещать «иные организации». Думаю, что коллективные средства размещения из этого перечня надо исключить. Поскольку таковых в жилфонде много и по всему миру, и у нас в стране».

По мнению генерального директора «Аккорд менеджмент групп» Екатерины Гараниной, гостиничный бизнес в Москве действительно выходит на новый уровень. «Отрадно, — сказала она, — что сегментация отелей становится более разнообразной. Но, что еще более приятно, отельеров услышали на государственном уровне, и есть готовность обсуждать множество вопросов, связанных с их деятельностью. Думаю, большинство проблем мини-гостиниц вполне можно решить. Надеюсь, что Комитету по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы удастся сделать гостиничный бизнес не только привлекательным с точки зрения качества предоставляемых услуг, но и доступным для всех категорий туристов, не забывая при этом о гостиницах уровня 4–5 звезд».

По итогам заседания рабочая группа в соответствии с Государственной программой города Москвы «Развитие индустрии отдыха и туризма на 2012–2016 годы» разработает для дальнейшего представления в Департамент туризма Министерства культуры РФ перечень поправок, способствующих цивилизованному вхождению мини-отелей и хостелов в правовое поле гостиничного хозяйства российской столицы.

По данным Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы, сейчас в столице действует свыше 70 хостелов более чем на 2,5 тысячи спальных мест. По числу небольших объектов размещения Москву пока значительно опережает Санкт-Петербург, где, по разным подсчетам, в общей сложности открыто около 800 хостелов и мини-отелей.

Т6

>>> Игроки гостиничного рынка оценивают долю хостелов в **3%** от всего московского гостиничного рынка.

РЕКЛАМА

В честь 20-летия гостиницы
В НОВОТЕЛЬ ШЕРЕМЕТЬЕВО:
каждый 20 конференц-пакет,
каждый 20 номер,
каждый 20 ужин —

0 РУБ.*

ЛЮБЫЕ КРЕАТИВНЫЕ ИДЕИ
От «Барбекю у Эйфелевой башни» до кофе-паузы на крыше
ОСУЩЕСТВИМЫ В НАШЕМ ОТЕЛЕ

Акция действует до 31 декабря 2012 года
на групповые бронирования (не менее
20 номеров / 20 участников мероприятия),
поступившие с 1 июня 2012 года.

Tel.: +7 (495) 626-59-00,
fax: +7 (495) 626-59-05,
e-mail: h1349-sl@accor.com

Booking on **novotel.com**

Designed for natural living

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



Ближе к природе

В последнее время на гостиничном рынке Санкт-Петербурга и Ленинградской области наблюдается центробежная тенденция: инвесторы предпочитают размещать объекты на окраинах города или в привлекательных районах области

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Чаще всего речь идет о новом строительстве, поскольку реконструкция существующих зданий на практике выходит в 1,5–2 раза дороже. Дело в том, что находящиеся в более-менее приличном (по части сохранности) состоянии исторические объекты, не обремененные грузом ответственности за сохранение их облика, зачастую уже используются в рекреационных целях. А в те, от которых остались лишь голые стены, инвесторы вкладываться не торопятся.

ПОЧТИ КАК В ЕВРОПЕ

В течение 2012 года в городе на Неве появятся десять новых гостиниц общей вместимостью более 800 номеров. Отели откроются не только в центре города, но и в районах новостроек. Это 4-звездный отель на 60 номеров в Выборгском районе города, гостинично-коттеджный комплекс на 50 номеров в поселке Солнечный и 3-звездная гостиница на 108 номеров в поселке Репино (Курортный район). ГК «Пионер»

в этом же районе на участке в 4,37 га намерена с нуля построить апарт-отель с велнес-центром площадью около 15 тысяч квадратных метров с объемом инвестиций до 1 млрд рублей — строительство должно начаться осенью.

Именно Курортный район, прежде известный своими санаториями и пансионатами советской постройки, стал одним из лидеров по объемам введения новых гостиничных мощностей. В результате неизбежная прежде монополия центральных районов Петербурга оказалась нарушена: по данным Комитета по инвестициям и стратегическим проектам (КИСП), по количеству гостиничных номеров Курортный (6 тысяч) уже обошел Адмиралтейский (3,5 тысячи) и Василеостровский (3 тысячи) районы, уступая только лидеру — Центральному району (8,6 тысячи). Центробежную тенденцию поддерживает и стремление властей к открытию кемпингов. Первый из них — Baltic Parking — появился в мае в парковой зоне Стрельны, в непосредственной близости от Константиновского дворца. Он одновременно способен вместить до 500 автодомов или жилых прицепов. В 2013 году ожидается появление еще нескольких: площадки под них уже выделены. И опять же в Курортном районе. Аналитики КИСП констатируют, что Петербург почти достиг средневропейского уровня обеспеченности гостиничными номерами (7 номеров на тысячу жителей), хотя по-прежнему явно уступает конкурентам (от 12,5 в Праге до 35,4 в Амстердаме). Однако при существующем объеме турпотока в 5,5 млн человек в год даже имеющихся отельных мощностей достаточно. По данным NAI Becar, в 2011 году средняя загрузка гостиниц Петербурга составила чуть больше 60%. И если в период белых ночей проблемы с размещением еще случаются, то в низкий сезон их нет вовсе.

И власти, и представители турбизнеса настаивают на приоритете для некоторых категорий отелей. В частности, вице-президент РСТ Сергей Корнеев уверен, что городу не хватает хороших гостиниц экономкласса (не менее чем на 150 мест, рассчитанных на групповой туризм), семейных отелей для клиентов с детьми, хостелов и бутик-отелей класса luxury, предназначенных для особо привередливой публики. Скорее всего, к категории отелей экономкласса будет относиться и восьмизвездный отель, который компания Setl City планирует построить в составе многофункционального комплекса Riverside (объем инвестиций — 10 млрд рублей). Этот объект интересен еще и тем, что впервые в Петербурге большой отель разместится на территории бывшего промышленного предприятия («Северный завод»).

ВДАЛИ ОТ ШУМА ГОРОДСКОГО

В Ленинградской области, принявшей в 2011 году 1,87 млн туристов и получившей от туризма в виде налогов около 450 млн рублей, тоже стараются развивать инфраструктуру гостеприимства. Однако из-за недостатка средств в бюджете (в рамках программы «Развитие сферы туризма и рекреации Ленинградской области на 2011–2015 гг.» потрачено 4,36 млн рублей) здесь стараются по максимуму использовать деньги инвесторов.

Удачные примеры есть: в Лужском районе области частные инвесторы открыли базы отдыха «Мишкина дача» (на месте бывшей усадьбы героя войны 1812 года Дмитрия Лялина) и «Заполье» (на территории усадьбы барона фон Бильдерлинга). Недавно стало известно, что правительство Ленобласти и ООО «Наследие» готовят соглашение о масштабной реставрации исторических усадеб и дач.

Планируется, что воссозданные памятники регионального значения отойдут в собственность инвесторов (взамен область получит восстановленные усадьбы и деньги за выкупленную под >>>

>>> Ленинградская область приняла в 2011 году

1,87

млн туристов и получила от туризма в виде налогов около 450 млн рублей.

Комментарии специалистов

Руководитель Департамента туризма и региональной политики Министерства культуры РФ СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ

Во всех гостиничных сегментах должна быть ориентированность не только на иностранных, но и на российских туристов: сейчас растет внутренний спрос, который должны удовлетворять качественные и недорогие объекты размещения. Что касается появления гостиниц в «спальных» районах и за городом, то оно возможно в случае их удачного позиционирования и хорошей транспортной доступности. Или же наличия какой-то «изюминки», делающей их оригинальными и непохожими на другие отели.

Генеральный директор ООО «Санаторий «Дюны» СЕРГЕЙ СПИЦЫН

80% санаториев России построены в Советском Союзе, когда основным покупателем услуг было государство.

Теперь оно практически ушло с этого рынка, и для того чтобы он стал цивилизованным, количество игроков тоже должно сократиться. Они могут уйти и в другие сегменты бизнеса: останутся только те, кто производит высококачественные услуги. Процесс болезненный, но он объективен.

Учредитель ЗАО «Туррис-Тур» АРТУР ПАХОМОВ

Само отношение государства к необходимости улучшения туристической инфраструктуры в России не такое, как в Европе. У нас есть отель в Финляндии, и там поддержка властей имеет вполне реальные формы. Строим спортивный зал — и 50% инвестиций возвращается за счет бюджета. Строим энергоустановки с переходом на биотопливо — возвращается 30%. А объекты, которые находятся рядом с городами, развиваются за счет того, что есть целевые программы для пожилого населения.

Ваши клиенты любят путешествовать индивидуально?

Тогда бронируйте отели дешевле!

В новом сезоне Отельдискант предлагает такие цены, о каких раньше все только мечтали!

Агентская комиссия уже включена!

А это означает, что теперь Вы можете предлагать Вашим клиентам самые низкие цены! Не верите? Проверьте сами: www.hoteldiscount.ru



отельдискант

www.hoteldiscount.ru

Онлайн бронирование отелей

ними землю), а имеющие федеральный статус (их больше тысячи) бизнесмены получают в долгосрочную аренду. Официальной информации по этому поводу все еще нет, однако предварительно называется умопомрачительная, больше годового бюджета региона, сумма инвестиций в объеме \$2,5 млрд.

Среди экспертов проект вызвал неоднозначную оценку. «Каждый случай надо рассматривать индивидуально: многое зависит от расположения усадьбы и того, что входит в предмет охраны, — уверен Владимир Аркушенко, заместитель генерального директора ОАО «Талион». — Стоимость реконструкции крупного объекта начинается от 1 млрд рублей, приспособить его под современное использование очень сложно, а срок окупаемости растягивается на десятилетия».

По оценке заместителя генерального директора строительной фирмы «Ойкумена» Романа Мирошникова, стоимость реконструкции или реставрации подобных объектов составит от \$1,5 тысячи за квадратный метр: часто она будет гораздо выше. Не случайно некоторые депутаты, учитывая нынешнее состояние когда-то весьма уважаемых поместий, предлагают, дабы не потерять их вовсе, раздавать усадьбы на условиях восстановления бесплатно. В качестве ложки дегтя выступает опыт бывшего губернатора Петербурга Валентины Матвиенко: в 2012 году городской суд признал, что возглавляемая ею администрация города в свое время незаконно сняла с сохранны 38 исторических зданий, которые тоже пробовали передать инвесторам.

НОВАЯ ЖИЗНЬ СТАРЫХ СТЕН

Еще одна тенденция на рынке объектов размещения — реконструкция и строительство санаториев, расположенных в Курортном районе Петербурга.

В частности, один из акционеров «Сестрорецкого курорта», холдинг «Евроинвест», планирует за сумму до \$20 млн реконструировать все корпуса, переоборудовать водолечебницу и грязелечебницу в современный спа-центр, а также построить на территории санатория апарт-отели и коттеджный комплекс класса «люкс». Цель — повысить класс обслуживания и привлечь более состоятельных клиентов.

Примерно по такому же пути идет и управляющая компания «Туррис», которая ведет реконструкцию пансионатов «Балтиец» и «Буревестник». В результате, потратив 1,2 млрд рублей и реконструировав корпуса всех основных зданий, планируется поднять класс «Буревестника» до 2*+, а «Балтийца» — на одну «звезду». На следующем этапе здесь тоже намерены строить коттеджи, апарт-отель среднего класса и небольшой аквацентр со спа-зоной. В этом же направлении, стараясь повысить уровень комфорта, идут пансионаты «Морской прибой» и «Репино». Примеры для подражания у них есть, поскольку ООО «Гелиос» уже несколько лет назад успешно реконструировало два корпуса пансионата «Ленинград», которые сейчас предлагаются как гостиницы «Гелиос-отель» и «Аквамарин» (со спа-услугами).

Отель как повод для поездки

В России в последние пару лет открылись несколько отелей, которые трудно квалифицировать просто как средства размещения. Потому что они сами стали достопримечательностью, своим появлением создали повод для путешествия.

ТЕКСТ ЭЛЕОНОРА АРЕФЬЕВА

БЕЛЬКОВ НЕ УБИВАЮТ – ИМИ ЛЮБУЮТСЯ

«Летняя Золотица» — экоотель. Небольшая гостиница на 30 мест построена на берегу Белого моря — в лесу, вдали от цивилизации. Сделана она только из экологических материалов, предлагает гостям еду из свежих северных продуктов. Отель решает главную задачу экотуризма, которую директор по развитию «Летней Золотицы» Марина Пацай определила так: «физический и духовный отдых человека в окружении природы».

У клуба «Живая природа», построившего отель, уже есть одно большое достижение в плане защиты живой природы. Совместно с «зелеными» клуб добился запрещения охоты на бельков — новорожденных тюленей в Архангельской области, единственном регионе в мире, где до недавнего времени был узаконен этот варварский промысел. Теперь из «Летней Золотицы» в марте, когда бельки появляются на свет, туристов возят к новорожденным на экскурсии, а бывшие охотники на тюленей сопровождают экскурсантов.

Гостей отеля окружают море и сосны. Песчаные пляжи, поля можжевельников, каменные россыпи. Чуть вглубь — лес с реликтовыми деревьями. В 40 км — Соловки. А еще здесь найдены многочисленные следы эпохи неолита — лабиринты, сейды, курганы. Экскурсии на Соловки и прогулки по морю организуют в отеле по желанию гостей. Для этого в «Летней Золотице» есть собственное судно на воздушной подушке «Марина» и снегоболотоходы «Арго».

СНАЧАЛА КЛАД, ПОТОМ ОТЕЛЬ

Открытие гостиницы «Оникс-Торжок» на территории Нижнего городища, самой древней части Торжка, произошло много позже запланированного срока. Стройку задержала фантастическая археологическая находка. По закону, строительству на историческом месте должны предшествовать раскопки археологов. Во время их проведения был найден клад с драгоценностями и фрагментами одежды, расшитой бисером. Найденные реликвии ученые отнесли к домонгольскому периоду. В полуистлевшем бочонке обнаружили более 250 изделий древнерусских ювелиров и швей. Найденные сокровища сделали бы честь любому статусному музею, такому, например, как Оружейная палата Московского Кремля. По мнению ученых, богатая

боярская семья спрятала клад перед вторжением татаро-монголов. Как известно, захватчики сожгли Торжок. Клад остался погребенным на пепелище. За 750 лет его накрыли еще несколько культурно-исторических слоев, потому сама находка выглядит как невероятная удача. В отеле «Оникс-Торжок» теперь открыта экспозиция, рассказывающая о работе археологов и найденном кладе. В мини-гостиницу специально приезжают экскурсанты, она добавила популярности древнему городу. Здесь всего 18 номеров, отель относится к среднеценовому сегменту.

УЛИЦА ЗНАМИТОСТЕЙ

Отель «Cronwell Inn Стремянная» расположен на знаменитой петербургской улице. Стремянная связана с жизнью Достоевского, Батюшкова, Есенина, Тургенева, Гончарова, Слонимского, Есенина, Зошенко, Барто. Здесь были написаны «Записки охотника», «Бедные люди», «Обыкновенная история». Руководство сети Cronwell Hotels&Resorts решило организовать в отеле музей, который работает в формате постоянно действующих выставок. Например, на одной из недавних экспозиций были представлены фотоснимки Валерия Плотникова «Портреты ушедшей эпохи». Это фото-портреты Владимира Высоцкого, Лилии Брик, Сергея Параджанова, Анастасии Вертинской, Бориса Эйфмана и других знаменитых людей.

Выставки музея «История Стремянной улицы» привлекают и гостей города, и петербуржцев.

ДЛЯ СНЕГУРОЧЕК

В Устьянском районе Архангельской области в этом году появился первый в России отель изо льда. Ледяной дом с ледяными кроватями (перед сном — в спальные мешки) возводили 150 скульпторов, архитекторов и строителей. А также ледяной бар, кинотеатр и зал бракосочетаний. У молодоженов гостиница пользовалась особенной популярностью. Ледяные отели — новшество для России, хотя в таких странах, как Норвегия, Финляндия, Канада и Япония, гостиницы, которые живут один сезон, возводят регулярно. Обычно они привлекают гостей из соседних регионов и иностранных туристов.



В КИТАЙ, ЧТО ПОД ТУЛОЙ

>>> В Тульской области недавно открылся отель «Золотой город» на 66 номеров. Гостиница для семейного отдыха принимает и туристов популярных автобусных маршрутов в Тулу и на Куликово поле. «Золотой город» — одна из самых необычных гостиниц России. Здесь все в китайском стиле: и само здание отеля, построенное по проекту китайского архитектора, и сад в духе времен расцвета династии Цин, и фонтаны, «Мост цоцелуев», напоминающий мосты где-нибудь в музее-усадьбе Сучжоу. Не обошлось, разумеется, и без китайского ресторана. В спа-центре, который строится на территории гостиничного комплекса, будут применять методики китайской традиционной медицины.



НАЗВАНИЕ

Kompass Hotel Savoy Геленджик

КАТЕГОРИЯ

Мини-отель

ДАТА ОТКРЫТИЯ

Июль 2012 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Геленджик, ул. Революционная, д. 33

ФОКУС-ОТКРЫТИЕ

НОМЕРНОЙ ФОНД

В гостинице 16 номеров категорий «стандарт», suite и superior. По просьбе гостей некоторые из них могут быть объединены. Дизайн интерьера выполнила компания «Отель Проект». Вся мебель, двери, ковровые покрытия Radichi и австрийский текстиль марки Vauman Deko изготавливались по специальному заказу. В комплектацию номеров входят телефон, мини-бар, wi-fi, регулируемые системы кондиционирования и освещения, разнообразные косметические средства, фен, тапочки, халат и набор для чаепития.

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

На территории отеля работает ресторан, в котором одновременно могут разместиться до 60 человек: 40 мест в так называемом «зимнем зале» и 20 мест на веранде. Гости, прибывающие на личном транспорте, могут воспользоваться услугами охраняемой автостоянки. Кондиционирование в публичных местах, сейф у администратора, офисные услуги (факс, ксерокс), аренда автомобиля, отдел регистрации и обслуживания гостей, бар. Водные развлечения на пляже, расположенном в 30 метрах от отеля. Есть как песчаный, так и галечный пляжи с оборудованными зонами отдыха.

КАК БРОНИРУЕТСЯ СЕНТЯБРЬ

ПАВЕЛ КОМАРОВ — revenue-менеджер отеля Best Western Vega Hotel&Convention Center

Сентябрь — месяц начала бизнес-активности в столице и, следовательно, традиционно высокого спроса на гостиничные услуги в Москве. Загрузка нашего отеля повторяет тренды рынка, есть даты полностью закрытые для продаж.

Самыми первыми обычно начинают бронировать номера туристические компании. Помня о высоком прошлогоднем спросе на наш отель в сентябре — ноябре, они посчитали необходимым обеспечить своим клиентам места за полгода вперед и стали присылать заявки в марте.

В нашем отеле особой популярностью пользуются номера классов «стандарт» и «супериор», то есть самого низкого ценового сегмента.

Сентябрь — период, который характеризуется также сохранением активности въездного туризма. Поэтому спрос на услуги отеля делится примерно поровну между иностранцами и гражданами России, но, учитывая специфику и историю гостиницы, у нас в этот период доминируют российские граждане, индивидуальные туристы. Средний срок проживания в гостинице в сентябре составляет 2–3 ночи.

АНДРЕЙ СМИРНОВ — директор по продажам и маркетингу отелей Marriott в Москве

В сентябре в Москве проходят крупные международные выставки. Компании и правительственные организации возвращаются к привычному графику работы после летнего периода отпусков. Туристический поток остается на высоком уровне. Совокупность данных факторов позволяет обеспечить высокую загрузку, как в рабочие, так и в выходные дни.

В период проведения выставок спрос на гостиничные услуги возрастает, в свою очередь гостиницы используют агрессивную ценовую политику и продают более дорогие категории номеров. Уже с середины августа наблюдается нехватка номеров на некоторые даты в сентябре, ряд гостиниц уже полностью распродал или предлагают последние номера.

Организаторы крупных мероприятий, приуроченных к выставкам, уже хорошо знают, что номера и залы для мероприятий необходимо бронировать заранее. Пиковые даты запрашиваются за 10 месяцев до начала мероприятия.

Основной задачей гостиниц является определение и внедрение стратегии по достижению идеального соотношения различных сегментов рынка для получения максимальной прибыли.

»» Сентябрь — месяц с самым высоким уровнем загрузки в году. Средний уровень загрузки московских гостиниц превышает

80%

а три гостиницы Marriott традиционно демонстрируют загрузку более 90%.

Эпиталама Сен-Санса и марш Мендельсона

Давно прошли те времена, когда молодожены могли зарегистрировать брак только по месту прописки жениха или невесты. Теперь перед ними открыт весь мир. Список стран, где можно провести официальную церемонию заключения брака, довольно велик. Мест, где играют символические свадьбы, – и того больше. Правда, свадьба вдали от родины требует больших хлопот. Но большинство молодоженов с ними справляются, иначе как объяснить то обстоятельство, что спрос на свадьбы за границей стремительно растет – за последние три года по ряду направлений он составил примерно 30%.

ТЕКСТ ЭЛЕОНОРА АРЕФЬЕВА

Большинство туроператорских компаний, в портфолио которых входит услуга wedding travel, четко разграничивают три вида проведения свадеб за границей: официальные свадьбы, символические церемонии и медовый месяц.

СЧАСТЬЕ – ЭТО КОГДА...

На официальных церемониях свадьбу не просто празднуют, но заключают брак юридически. На символической свадьбе – все символическое: сам обряд заключения брака, жених с невестой, которые, как правило, уже официально стали мужем и женой на родине, свидетели. Зато подлинны впечатления от красоты обряда: символическую свадьбу, как правило, проводят согласно историческим, национальным традициям страны пребывания.

Вот, например, как описана полинезийская свадебная церемония на сайте туроператора «Континенталь АГ». «...Она разворачивается на пляже, как правило, на закате солнца, когда пляж, украшенный пальмовыми листьями, красными орхидеями, освещается огромными факелами. Танцовщицы приводят невесту, одетую в традиционное парео, на пляж под звуки музыки. Жених приплывает на пироге в сопровождении мужчин в национальных костюмах. По традиции глава церемонии произносит речь на невероятно нежном и певучем таитянском языке и вручает молодоженам кольцо из цветов тиаре, которыми они обмениваются. После этого молодоженам выдается брачный сертификат, написанный на коре пальмы. Молодоженов накрывают традиционным свадебным покрывалом, под звуки песен про- >>>





ЧЕХИЯ

Возраст, при котором можно вступить в брак — 18 лет. Вид легализации свидетельства о браке — апостилизация. Минимальное пребывание в стране перед церемонией — 1 день. Срок легализации свидетельства о браке — от 3 до 4 недель.



АНТИГУА И БАРБУДА

Вид легализации свидетельства о браке — апостилизация. Минимальное пребывание в стране перед церемонией — 3 дня. Срок легализации свидетельства о браке — от 6 до 8 недель.



КУБА

Вид легализации свидетельства о браке — консульская. Минимальное пребывание в стране перед церемонией — 1 день. Срок легализации свидетельства о браке — от 12 до 14 недель.

вожают их в бунгало, к праздничному столу на пляже или отвозят на необитаемый остров, где их уже ждут шампанское, фрукты и цветы».

«Символические церемонии, проведенные на Таити, Бали, Гоа, Мальдивских островах или в Таиланде, проходят очень зрелищно, — отмечает Анна Сидоренко, старший менеджер по продажам глобального офиса продаж Marriott International в России. — Красочно проходят мексиканские свадебные церемонии, которые проводятся в духе традиций майя на фоне сказочных ландшафтов».

Многие выбирают свадьбы совсем в ином стиле. Коммерческий директор туроператорской компании «ВАМ Тур» Александр Демин говорит о популярности церемоний в замках Чехии в средневековом или ретро стиле.

«На Тенерифе церемония бракосочетания может проходить на территории лучших отелей, с салютом и программой на выбор молодоженов: с искрометным музыкальным сопровождением, в ресторане, в специальном зале или на террасе с видом на океан, — продолжает Александр Демин. — Тем, кто хочет организовать яркую и запоминающуюся свадьбу, мы рекомендуем провести ее на яхте».

По словам Эльмиры Латыповой, директора по туризму «Трансаэро Турс Центр», несмотря на обилие вариантов проведения церемонии — от заключения брака на воздушном шаре до свадьбы под водой, самым популярным все же остается традиционный формат. Но в каждой стране есть свой колорит. В Мексике, например, возможно проведение церемонии на территории старинной асьенды «Ранчо Счастья», под аккомпанемент традиционных мексиканских марьяче, с различными ритуалами.

В свадебное путешествие, как правило, отправляются только двое — новобрачные. «Но это не обычный тур для двоих. Как правило, он подразумевает особую встречу в отеле: цветы и шампанское в номер, завтрак в постель. Нередко молодожены заказывают особые спа-процедуры: совместный массаж, ванна с лепестками роз, — рассказывает Анна Сидоренко. — При выборе отеля для свадебного путешествия оператор, разрабатывающий тур, должен узнать, не проводятся ли в это время в гостинице крупные конференции, симпозиумы. Это может помешать молодоженам, нарушить атмосферу камерности, уединения, к которой стремятся молодые супружеские пары».

Впрочем, не все молодожены стремятся уединиться и проводить все время вдвоем. Многие пары отправляются в свадебное путешествие в

компании друзей или родственников. «Групповые заявки сейчас не редкость, — говорит Анна Сидоренко. — Наши отели с удовольствием предлагают специальные пакеты для подобных случаев и принимают большие компании, предлагают им всевозможные виды развлечений. В пакет могут входить прогулки, экскурсии, ежевечерние тематические ужины».

ОФИЦИАЛЬНО И НЕ ОЧЕНЬ

Будущим супругам, которые намерены официально вступить в брак за границей, нужно заблаговременно сделать выбор страны и подготовить необходимые документы. Согласно статье 158 Семейного кодекса РФ, браки, заключенные гражданами России в других странах, признаются в России действительными при условии соблюдения законодательства государства места заключения брака.

С брачным законодательством страны, в которой пара будет официально регистрировать свою новую семью, молодоженов обычно знакомят в туроператорской компании. Там же рассказывают о том, какие документы необходимо подготовить к церемонии. Для официального брака за рубежом у жениха, невесты и свидетелей должны быть российские загранпаспорта со сроком действия не менее полугода, свидетельства о рождении, справки о семейном положении, свидетельства о разводе, если кто-то из будущих супругов был разведен, свидетельство о смерти прежнего супруга (супруги) — при соответствующих обстоятельствах, свидетельства о предыдущих браках, если таковые были, документы об изменении фамилии, если она менялась. Такие документы необходимо предоставить туроператору заранее. Например, в компании «Континенталь АГ» их просят принести за шесть недель до церемонии.

В ряде стран принимают оригиналы и копии документов, в некоторых требуют нотариально заверять копии. Нередко документы должны быть подвергнуты апостилизации, иногда их легализуют в консульстве страны, выбранной для проведения свадьбы. Как правило, все эти заботы берет на себя туроператор.

В органе регистрации брака должен быть юридически ответственный переводчик, имеющий соответствующий международный сертификат. Переводить свадебную церемонию не имеет права кто-то из гостей молодоженов. Переводчика с правом работы на официальных свадебных церемониях также подбирает туроператор. Сами жених и невеста, а в некоторых случаях

и их свидетели, должны прибыть на место за несколько дней до церемонии и пройти тщательную подготовку.

Свидетельство о браке, выданное компетентными органами иностранного государства, нельзя просто обменять на свидетельство российского образца. После получения свадебного сертификата туроператорские компании, как правило, помогают легализовать его в России. Процесс легализации занимает от одного рабочего дня до шести-восьми месяцев, в зависимости от страны заключения брака. После получения свидетельства паре необходимо обратиться в паспортный стол по месту прописки для проставления печати о заключении брака в общегражданский паспорт.

СВОБОДА ВЫБОРА

По словам Анны Сидоренко, время практически не вносит коррективы в список популярных стран для проведения свадебных обрядов. Экзотические направления пользуются спросом у молодоженов не только из России, но из других государств. В первых строках рейтинга популярности — Карибы, острова Индийского океана, Бали, Таиланд, Филиппины, Фиджи. Этим направлениям добавляет веса в глазах молодоженов то обстоятельство, что в большинстве указанных стран можно сочетаться браком официально. Эльмира Латыпова отмечает, что первое место по популярности для заказов свадебных церемоний принадлежит Карибам, далее следуют острова Индийского океана — Мальдивы и Маврикий, а также страны Юго-Восточной Азии, например, очень популярны свадьбы на острове Бали и в Таиланде.

«В последнее время, — рассказывает Анна Сидоренко, — стало модно проводить свадьбы на Карибах, а потом отправляться в свадебный тур по Латинской Америке. Это очень динамичное, яркое

путешествие, не вписывающееся в стандартные рамки представлений о том, что молодожены должны отдыхать уединенно, в тихом месте». Китай в целом нельзя назвать востребованным свадебным направлением, но остров Хайнань очень полюбился женихам и невестам. В местном отеле Marriott Sanya Resort & Spa свадьбы играют почти каждый день.

Нельзя не сказать о свадебных церемониях в Великобритании. Отели, расположенные в старинных замках и особняках, пользуются спросом у обеспеченных молодых пар из России. Антиквариат, произведения искусства, предметы роскоши отелей в исторических зданиях добавляют торжественности свадебной церемонии. Бюджетной альтернативой британской свадьбе в замке может стать чешский вариант. Александр Демин считает, что Чехия вообще лидирует среди мировых wedding-направлений по соотношению цены и качества услуг. Свадебные церемонии в роскошных старинных интерьерах нередко заказывают и в Вене.

«Отель — основная площадка для проведения свадеб, поэтому нередко он определяет выбор направления», — считает Анна Сидоренко. В подтверждение своих слов она приводит пример отеля Penta Longa Hotel Spa & Golf Resort, который расположен в заповедной зоне в Португалии. «Здесь огромная красивая территория, на которой можно провести шикарную фотосессию, найти прекрасный закрытый уголок, где можно уединиться — все это привлекает молодоженов», — отмечает эксперт.

Интересен отель бренда Edition в Стамбуле. Уникальные интерьеры, для создания которых использовались дорогие природные материалы, итальянский ресторан высокой кухни Cipriani, ночной клуб Billionaire, бальный зал на 12 этаже с видом на город, колорит самого Стамбула и безвизовый въезд в Турцию — все эти факторы говорят в пользу Edition как места проведения свадьбы. >>>



ТЕРКС И КАЙКОС

Возраст, при котором можно вступать в брак — 18 лет. Вид легализации свидетельства о браке — апостилизация. Минимальное пребывание в стране перед церемонией — 3 дня. Срок легализации свидетельства о браке — от 6 до 8 недель.



МАВРИКИЙ

Вид легализации свидетельства о браке — апостилизация. Минимальное пребывание в стране перед церемонией — 3 дня. Срок легализации свидетельства о браке — от 1 до 3 недель.



ИСПАНИЯ
АНДОРРА
ЧЕХИЯ
ИЗРАИЛЬ

Новогодние и рождественские туры!

- ✦ **Пляжный отдых на Канарских островах круглый год.**
- ✦ **Горные лыжи. Гарантированные номера в отелях Андорры.**
- ✦ **Экскурсионные туры по Испании, Чехии, Израилю.**
- ✦ **Корпоративные туры.**
- ✦ **Комбинированные туры: (экскурсионный тур + отдых на Канарских островах).**
- ✦ **Лечебные туры в Чехию и Израиль.**
- ✦ **Собственные чартерные рейсы.**
- ✦ **Визовая поддержка.**

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

V.A.M. TOUR ОТДЫХАТЬ КРАСИВО - ЛЕГКО!





МЕКСИКА

Возраст, при котором можно вступать в брак — 18 лет.
Вид легализации свидетельства о браке — апостилизация.
Минимальное пребывание в стране перед церемонией — 4 дня.
Срок легализации свидетельства о браке — от 6 до 8 недель.



ФИДЖИ

Возраст, при котором можно вступать в брак — 21 год.
Вид легализации свидетельства о браке — апостилизация.
Минимальное пребывание в стране перед церемонией — 2 дня.
Срок легализации свидетельства о браке — от 6 до 8 недель.

В последние годы набирает популярность проведение обряда венчания за рубежом. Успехом пользуются страны, где можно его провести. По словам Александра Демина, все больше молодоженов хотят обвенчаться в Иерусалиме. Анна Сидоренко рассказывает, что обряды венчания добавили популярности Гаване как свадебному направлению — там проводят такой обряд в храме Русской православной церкви.

НЕМНОГО О ПРОЗЕ ЖИЗНИ

Не последний вопрос: расчет стоимости свадьбы. Большинство туроператоров позволяют молодоженам рассчитывать расходы на сайтах. Вопрос о скидках тоже актуален. Большая часть предложений — пакетированные, а это значит, что в них заложена более низкая цена на услуги, чем если бы все они покупались по отдельности. При заказе в отеле от 10 комнат молодожены вправе рассчитывать на групповой тариф. Цена зависит от размеров группы гостей, от количества заказанных услуг, от загрузки гостиницы в период проведения свадьбы. Так, ни при каких обстоятельствах нельзя рассчитывать на скидки в отелях Рио-де-Жанейро в период проведения карнавала или в гостиницах на Хайнане во время празднования китайского Нового года. Молодожены вправе выбирать: «подключить» к свадебному пакету посещение карнавала или большого национального праздника и украсить тем самым свое путешествие или же сэкономить и провести церемонию в другое время. Представители туроператорских компаний обращают внимание на то, что некоторые пожелания будущих супругов не могут быть выполнены ввиду того, что их запрещают законы страны проведения церемонии — юридические либо культурные.

По мнению Эльмиры Латыповой, залог успешного проведения свадьбы — ее организация опытным и надежным туроператором, который много лет устраивает церемонии и отдых молодоженов «под ключ».

СВАДЬБА-СКАЗКА В ТАИЛАНДЕ

Сотни пар со всего мира ежегодно приезжают в Таиланд, чтобы в этой стране их впервые назвали мужем и женой. Только в Москве более 90 компаний предлагают организовать свадебную церемонию в Таиланде. Интерес молодоженов к Сиаму легко объясним: сказочные ландшафты, изысканная тропическая кухня, сервис и гостеприимство, возведенные в культ, и главное — бесконечное разнообразие свадебных церемоний и обрядов. Буддистскую свадебную церемонию очень часто молодожены выбирают отнюдь не из религиозных соображений, а ради красоты обряда. Это незабываемое погружение в ореол вековых ритуалов, в культуру и философию древней страны. Символика церемонии словно подготавливает пару к тому, что отныне вся их жизнь должна протекать в согласии и единстве. Все гости участвуют в церемонии и, как правило, облачаются в национальные костюмы, которые в Таиланде отличаются особой роскошью, в облачении молодоженов доминируют цвета, которые во многих культурах считаются традиционно свадебными — белое с золотом, цветы — орхидеи и лотосы — также украшают жениха и невесту. Головы и руки новобрачных связывают хлопковыми шнурами — этот символ вряд ли нуждается в пояснениях. Обязательная часть церемонии — благословение буддистского монаха. Три точки из смеси белой глины и благовоний, которые он ставит на лбах новобрачных — раскрытие чакр, жених и невеста отныне открыты помыслам и чувствам друг друга. Если церемония проходит в храме, перед парой обязательно будут прочитаны мантры. Одна из самых трогательных церемоний называется Лой Кратонг. Жених и невеста, которые хотят получить благословение Будды, пускают на воду кораблики из банановых листьев — считается, что вместе с ними в воды уходят негативные мысли и события, и теперь можно вступить в новую жизнь. В северном Таиланде можно провести красивый свадебный ритуал на слонах. Обычно его проводят в День влюбленных. Пары, одетые в традиционные костюмы, восседают на спинах слонов. Процессия движется на фоне исторических построек северного города Лампанг. Все закан-



чивается большим вечерним празднеством. На юге Таиланда предлагаются свадебные обряды совсем в ином стиле. В провинции Краби на скалах пляжа Райлей можно сочетаться браком на скалистом утесе на высоте 20 метров над уровнем моря. Восхождение на скалистый утес, обмен кольцами и получение брачного свидетельства на краю обрыва — приверженцев таких экстремальных свадеб набирается немало.

С 2000 года на юге Таиланда, в провинции Транг на пляже Пак-Менг стали проводить подводные свадьбы. На глубине 10 метров расположен подводный алтарь. Новоиспеченные супруги получают здесь водонепроницаемое свидетельство о браке и возможность провести традиционную фотосессию с сотнями красивых гостей — подводных рыб, которые неизменно присутствуют на такой необычной церемонии.

Не теряет своей популярности свадьба на берегу моря. Пхукет, Самуй и Чанг — это километры прекрасных пляжей с белым, мягким, как пудра, песком. Здесь, на фоне роскошных ландшафтов, будь то кокосовая роща или скалистые отроги, взмывающие из моря к небу, молодожены со всего мира обмениваются супружескими клятвами. Свадьба у моря — это и роскошное застолье (именно здесь, на островах, морепродукты готовят с особым шиком), и возможность уединенного медового месяца в своем райском уголке у моря или в тропическом лесу. Не забудем и про еще одно очень приятное дополнение — тайские спа-процедуры. Украсить свое свадебное путешествие тайскими массажами «на двоих» в оригинальном исполнении предпочитают очень многие молодые пары.

Тб



ФРАНЦУЗСКАЯ ПОЛИНЕЗИЯ

Вид легализации свидетельства о браке — апостилизация. Минимальное пребывание в стране перед церемонией — 1 день.

Срок легализации свидетельства о браке — от 1 до 3 недель.

Теплая палитра осени

В сентябре компании «АРТ-ТУР» исполняется 20 лет. Оператор, проверенный годами успешной работы, порадует агентства не только гарантированными местами в лучших отелях Ближнего Востока и на островах Индийского океана, но и новым направлением в Азии — Китаем, а также широким ассортиментом туров в Америку.

Этой осенью и зимой «АРТ-ТУР» предлагает гарантированные турпакеты с проживанием в лучших отелях Дубая. Среди них Madinat Jumeirah, Jumeirah Beach, One&Only The Palm. Осенью в ОАЭ откроются несколько новых гостиниц, в том числе Fairmont, The Palm на Пальмовом острове в Дубае. С этого сезона региональные партнеры оператора могут бронировать турпакеты не только с перелетом Emirates из Москвы и Санкт-Петербурга, но также из Самары, Уфы, Казани и Екатеринбурга на бортах авиакомпании FlyDubai. Помимо традиционных ОАЭ, в «арабском» каталоге компании представлены такие страны, как Иордания, Ливан, Марокко, Оман, Бахрейн, Катар, Кувейт и Саудовская Аравия.

Исполнился год дубайскому офису оператора. Сегодня в нем работают более 20 квалифицированных сотрудников. Офис имеет собственный автопарк, включающий автомобили Mercedes, BMW, Toyota. К услугам клиентов — 4 дипломированных русских гида. Заключены контракты о собственных комнатах для гостей «АРТ-ТУР» в более чем сотне отелей региона. Компания успешно внедрила круглосуточный консьерж-сервис. В Азии оператор предлагает привлекательные цены на туры «Сингапур + Бали». Это возможно благодаря собственным блокам мест на рейсах Singapore Airlines с вылетами по пятницам. Основной козырь компании

в Азии, как, впрочем, и на других направлениях, — профессиональный персонал, прекрасно знающий и любящий «свой» регион, готовый выполнить самый сложный запрос клиента. Кроме того, теперь оператор готов предложить любые программы по Китаю, включая туры в Гонконг и на Хайнань. Причем по самым конкурентным ценам. Дело в том, что и здесь «АРТ-ТУР» сотрудничает с лучшими гостиничными цепочками, с которыми работает по всему миру.

По словам генерального директора компании «АРТ-ТУР» Дмитрия Арутюнова, острова Индийского океана давно перестали быть экзотикой для обеспеченных россиян. Этой осенью в каталогах оператора появятся новые мальдивские отели: Viceroy, Park Hyatt, The Residence, Niyama, Zithali, Dusit Thani, Ayada, сейшельский отель гостиничной цепочки Kempinski.

В Латинской Америке помимо традиционных Мексики и Доминиканы оператор предлагает туры на Ямайку, Барбадос, Сент-Люсию, Теркс и Кайкос, Багамы, Коста-Рику, в Панаму, Перу, Эквадор, Бразилию, Венесуэлу, Аргентину и Чили. Это классические экскурсионные туры, отдых на берегу Карибского моря, экстремальные экспедиции по неизведанным маршрутам Латинской Америки. В «АРТ-ТУР» есть предложения на любой вкус и кошелек.

Тб



Sanus per aquam

Выражению «к здоровью — через воду» уже более тысячи лет. С древних времен люди знали о целебных свойствах термальных вод, активно использовали их для лечения различных заболеваний. В настоящее время поездки на воды по-прежнему пользуются большой популярностью — старейшие европейские термальные курорты держат свою марку.

ТЕКСТ
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН



БОЛГАРИЯ

Поселения возле термальных источников на территории нынешней Болгарии появились еще в древние времена. Римляне возвели здесь крупные города Аугуста (Хисар), Дезудава (Сандански), Пауталия (Кюстендил), Сердика (София), Топлицос (Хасково) и другие. Термы строили императоры Траян, Максимилиан, Юстиниан. Известно, что на водах курорта Хисар лечился от подагры римский император Септимий Север, а в Кюстендиле исцелился от кожного заболевания Марк Аврелий. Сейчас в Болгарии действуют 102 курорта, где для лечения используется минеральная вода. Как и во всех странах, богатых термальными водами, на многих источниках организованы купальни — бассейны с минеральной водой. Уникальным является источник на курорте Сапарева-Баня. В 1957 году здесь при бурении скважины получили гейзер, ставший единственным в континентальной Европе. Высота водяного столба составляет 18 метров, частота извержения — 5 секунд.

Курорт Велинград называют спа-столицей Болгарии. Здесь находится уникальное карстовое термоконстантное озеро Клептуза и около 80 гидротермальных источников. В городе действуют 43 санатория, 20 гостиниц на 1,5 тысячи мест и более 300 частных квартир, сдаваемых в аренду. Каждый год сюда приезжает около 200 тысяч отдыхающих.

Своими лечебными свойствами известны также минеральные воды в городе Баня в окрестностях Софии, в городе Сандански в южной Болгарии, в городах Костенец, Девин. В этих местах около теплых источников построены современные спа-центры, которые привлекают гостей со всего мира.

»» В Болгарии насчитывается более 600 термальных минеральных источников, температура воды в которых — от 20 до 100 градусов. Самый горячий из них, где температура поднимается до 103 градусов, находится на курорте Сапарева-Баня в юго-западной части страны. Около 40 источников находится возле Софии. По числу термальных источников страна занимает второе место в Европе.

Две такие разные

В предстоящем зимнем сезоне 2012/2013 на туристическом рынке Петербурга появятся несколько новинок

С 31 октября до начала апреля ряд туроператоров города организует чартерную программу на китайский Хайнань. «Впервые за последние годы (после ноября 2008 года) перелет на остров Хайнань из Петербурга будет прямым: его выполняет авиакомпания «Россия» на самолете «Боинг-767», время в пути — около 11 часов, — поясняет менеджер турфирмы «Верса» Екатерина Иванова. — При этом длительность поездок на отдых составит 10–11 дней с вылетами по средам и воскресеньям». «Пегас Туристик» уже разместил в различных общественных местах

(в частности, в вагонах метро) информацию о начале полетов сразу по двум новым для Петербурга направлениям. На 26 октября запланировано начало полетной программы из города на Неве в Мексику (Канкун), а на 21 октября — в Марокко (Агадир). Если в успехе первой программы мало кто сомневается (опыт Кубы, которая уже два года пользуется большим спросом, это подтверждает), то зимняя программа в Марокко, которая предполагает большую экскурсионную составляющую, рассматривается как пробный камень.

ВЕНГРИЯ

В недрах Венгрии скрыто настоящее подземное море термальных и лечебных вод. Купальная культура здесь зародилась более двух тысяч лет назад — об этом свидетельствуют фрески и мозаики, на которых изображены древние римляне, наслаждающиеся водами термальных источников. В XVI веке, в период турецкого владычества, турки построили в Венгрии много бань, использующих горячую природную воду. Некоторые из них и сегодня функционируют в оригинальном виде. По своему составу термальные воды в Венгрии делятся на простые теплые, углекислые, щелочные, известковые, хлорные, серные, йодистые, бромные и радиоактивные. К наиболее популярным термальным курортам, располагающим полноценной современной инфраструктурой, относятся Будапешт, Бюкфюрдо, Дебрецен, Залакарош, Мишкольцтапольца, Ниредьхазы, Тапольца, Хайдусобосло, Хевиз, Шарвар и Эгер.

Уникальное место лечения и отдыха — озеро Хевиз, крупнейшее в Европе озеро с термальной водой. Огромный водоем питают десять источников, из которых восемь холодных, где температура воды не превышает 17 градусов, и два горячих — с температурой 40 градусов. Этого достаточно, чтобы поддерживать температуру воды летом в пределах 33–35 градусов, а зимой не позволять ей опускаться ниже 23 градусов. Источники каждую секунду выбрасывают до 410 литров жидкости, что позволяет полностью обновляться воде в озере за три с половиной дня. Помимо купания на венгерских курортах применяют также грязелечение и уникальную процедуру — вертикальное подводное вытяжение по методу Кароя Молла. Многие отели на термальных источниках предлагают гостям ряд оригинальных услуг и программ. Например, туристов приглашают на курсы венгерской кулинарии, включающие блюда, полезные для здоровья. В списке процедур некоторых велнес-центров значится винотерапия с использованием косметических средств на основе экстрактов из виноградных косточек и вина, а также посещение винного погребка с массажем.

По запасу термальных вод Венгрия занимает пятое место в мире после Японии, Исландии, Италии и Франции. Термальную воду температурой выше 30 градусов можно найти под землей на площади, занимающей 80% территории страны. На сегодняшний день здесь насчитывается более 1300 скважин с термальной водой, около 300 из них используются для купания. Около 130 источников минеральной и лечебной воды находится в Будапеште — это каждый десятый источник в масштабах страны.

СЛОВЕНИЯ

О большом опыте лечения термальными водами в Словении свидетельствуют археологические раскопки времен Римской империи, во время которых были найдены документы с записями о целительных свойствах термальных вод. Позже здесь образовались крупные курортные центры, и на протяжении 400 лет Словения удерживает статус популярной «термальной лечебницы» Европы, где используются подземные воды различных свойств и температуры (32–75 градуса). Термы Чатеж известны своей «Термальной ривьерой», включающей бассейны общей площадью 12 тысяч квадратных метров, горки-спуски, джакузи, водопады, бассейн с волнами и аттракцион «Остров пиратов». В лечебнице Доленске-Топлице работают биосауна, японская сауна для пропотевания, травяные сауны и даже домик-сауна на террасе для нудистов. Термы

Лашко оснащены баннным комплексом, в том числе сауной «1001 ночь» и финской хрустальной сауной с цветотерапией и системой aquaviva. Источник Лендава известен тем, что воду здесь нашли в середине 1960-х годов, когда занимались поисками нефти. Как следствие — местная вода содержит большое количество парафина, благоприятно влияющего на кожу.

В настоящее время в Словении действует 15 курортно-туристических центров — термы Чатеж, Добрна, Доленске-Топлице, Лашко, Лендава, Моравске-Топлице, Олимпия-Подчетртек, Палас, Птуй, Раденцы, Рогашка, Струнян, Шмарьешке-Топлице, Топольшица и термально-климатический курорт Зрече-Рогла. Наиболее старым является курорт Рогашка, он действовал еще в средние века, а самые молодые термы — Птуй.

ЧЕХИЯ

История курортов Чехии насчитывает не одну тысячу лет. В термальных источниках города Теплице были найдены римские и кельтские монеты, которые отдыхающие

Один из самых лучших регионов Италии для посещения осенью — Тоскана. А один из самых интересных объектов размещения в регионе — Castel Monastero, бывший монастырь, а сегодня — великолепный, полностью реконструированный курорт на 75 номеров и сьютов. Он расположен неподалеку от Сиены, в самой «винной» зоне Италии — Кьянти. Здесь можно не только как следует отдохнуть, но и поправить здоровье с помощью трех- и семидневных программ по детоксикации, снижению веса и восстановлению сил

НАНИ БАСИЛАДЗЕ

Руководитель отдела компании «Карлсон Туризм»

ТУРОПЕРАТОР
балкан

... до Азии.

Летаем круглый год!
АВИАБИЛЕТЫ
Варна, Бургас, София

Раннее бронирование
горнолыжных
и СПА - туров

25% СКИДКА
при раннем бронировании

БОЛГАРИЯ
Польша
Словения
Румыния
Финляндия

ВЬЕТНАМ
Камбоджа
Малайзия
Сейшелы

Новогодние и
рождественские
праздники

Школьные и
студенческие
каникулы

[495] 628-04-04
www.balkan.ru

От Балкан...

М. Охотный ряд:
ул. Таврическая 7, подъезд 7
М. Парк культуры:
Кропоткинский пер. 4, оф. 309
М. Марьяна роща:
ул. Сушевский вал, 43, оф. 35/1
М. Нагатинская:
Варшавское ш., 42, оф. 2316

ежедневно
с 9:00 до 21:00
без выходных



бросили в воду две тысячи лет назад. Расцвет лечения на термальных водах пришелся на XVIII век, а к XIX веку чешские курорты пользовались такой популярностью, что их называли «салонами Европы». Среди самых известных термальных курортных центров Чехии можно назвать Карловы Вары, Теплице, Яхимов и Янске-Лазне. Согласно легенде, самый известный чешский курорт Карловы Вары основал император Римской империи Карл IV в 1358 году. Источник с целительной водой он обнаружил во время охоты. Сейчас на курорте действуют 12 горячих минеральных источников, помогающих при лечении болезней желудочно-кишечного тракта, нарушений метаболизма, онкологических заболеваний и расстройств опорно-двигательного аппарата. Каждый источник имеет собственное имя, например, «Карл IV», «Гейзер», «Рыночный», «Мельничный», «Русалочный». За долгую историю Карловых Вар здесь лечилось немало известных личностей, среди которых Петр I, Гоголь, Гете, Бетховен, Моцарт, Паганини, Казанова, множество глав государств и кинозвезд. Теплице считается старейшим курортом не только в Чехии, но и в Центральной Европе, поскольку воду из местных термальных источников начали использовать еще в XII веке. Это единственный в мире курорт, обладающий термальной минеральной водой гидро-

генно-углекислого серно-содового типа с большим содержанием минералов и радоновых примесей и температурой 41 градус.

Возле города Яхимов на северо-западе Чехии при добыче урановой руды в начале XX века обнаружили месторождение радона, что привело к открытию первого санатория, где для лечения использовалась термальная радоновая вода. Здешние методы лечения связаны с научными открытиями Марии Кюри, в честь которой назван один из санаториев. На курорте Янске-Лазне на севере страны имеется 30 высокорadioактивных теплых источников с температурой воды 30 градусов, которая используется для лечения детского церебрального паралича. Здесь действует крупнейший в Европе санаторий данного профиля.

»» Самый горячий минеральный источник Чехии – «Вржидло» («Гейзер») в Карловых Варах (на фото). Температура воды достигает 73 градусов, он бьет с глубины 2 км, высота струи достигает 15 метров, интенсивность потока воды – 2000 литров в минуту. Карловарская термальная вода относится к одной из самых горячих в Чехии.

Тб

CASTEL MONASTERO
жемчужина Тосканы — Spa-отель Castel Monastero

«Позвольте себе быть здоровым»
Оздоровительные программы по уникальной методике "Let your body fly" знаменитого Доктора Мосарафа Али

Карлсон Туризм

Москва, ул. Тверская, 185
Тел.: +7 (495) 580-75-75
www.karlson-tourism.ru

Стали разборчивее

«Турист уже не хочет получать типовой продукт, предпочитая программы, имеющие хотя бы признаки эксклюзивности, — заметила руководитель Северо-Западного регионального отделения РСТ **ТАТЬЯНА ГАВРИЛОВА**, подводя предварительные итоги летнего выездного сезона. — Поэтому на первый план выходят индивидуальный подход к каждому клиенту и умение даже в массовом продукте предложить что-то оригинальное».

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Именно этим отчасти объясняется некоторое падение интереса к Турции, которое стало особенно заметно в нынешнем сезоне: несмотря на привычные для страны предложения по системе «все включено», динамика роста турпотока на турецком направлении уступает аналогичному показателю по Греции и Испании. Сказывается и специфика Северо-Запада — по общему объему выезда за рубеж первые места в рейтинге занимают Финляндия и Эстония. И если лидерство первой объяснимо объективными визовыми причинами (большая часть петербуржцев получает шенгенские визы через финское консульство), то вторая страна берет другим. В результате в десятку наиболее популярных у петербуржцев стран вошли Финляндия, Эстония, Германия, Турция, Египет, Греция, Италия, Испания, Франция и Кипр. Причем государства из второй пятерки (за исключением Франции) демонстрируют большой рост спроса со стороны жителей города на Неве, второй сезон подряд прибавляя в объемах по несколько десятков процентов. Например, в прошлом году интерес к Испании в Петербурге (по сравнению с показателем 2010 года) вырос на 83%.

Туристический бизнес города поступательно развивается и умеет находить выходы из самых трудных ситуаций: это продемонстрировали события вокруг банкротства итальянской авиакомпании Wind Jet. В отличие от путешественников, которые покупали только авиабилеты, ни один из клиентов наших турфирм не оказался брошен на произвол судьбы — всем была оказана необходимая помощь и поддержка. Немаловажным для обеспечения гарантированного отдыха туристов считает Татьяна Гаврилова и тот факт, что турфирмы Петербурга оказались наиболее ответственными при заключении договоров о размере новых фингарантий. «Нева», «Верса» и «Солвекс-турне» получили наибольшие в России размеры фингарантий. Участники рынка петербургского выездного туризма в свою очередь отмечают, что организованный турпоток в город на Неве из Европы растет исключительно за счет круизного сектора, в то время как желающих приехать в Петербург из Юго-Восточной Азии становится все больше.

В целом, по оценке правительства города, в этом году Петербург должен принять около 5,7 млн туристов, в том числе 2,5 млн иностранцев. Генеральный директор компании «Ника» и руководитель Комиссии по выездному туризму СЗРО РСТ Леонид Флит констатирует, что этим летом наблюдается некоторое перераспределение турпотоков. «По количеству иностранных туристов рост совсем небольшой, не более чем 7% по сравнению с прошлым сезоном, — отмечает эксперт. — Причем происходит это в основном за счет туристов из Юго-Восточной Азии, особенно из Китая. Новинкой для нас стало появление в Петербурге организованных групп индусов».

TOP-5

Направления выездного туризма из Санкт-Петербурга летом 2012 года

- 1 Финляндия
- 2 Эстония
- 3 Германия
- 4 Турция
- 5 Египет



для ДЕТЕЙ, МОЛОДЕЖИ И ВЗРОСЛЫХ

- Языковые курсы в 28 странах мира
- Новый год на Мальте, в Лондоне (группы)
- Каникулярные программы с обучением (индивидуальные и групповые)
- Программы для родителей с детьми
- Среднее и высшее образование, MBA

для ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНТСТВ

- Обучающие вебинары, сертификация
- Модуль с туристами «Инсайт-Лингва» на вашем сайте
- Рекламные туры на Мальту, в Англию
- Бонусная программа

ОБРАЗОВАНИЕ ЗА РУБЕЖОМ С «ИНСАЙТ-ЛИНГВА»

20 лет с вами!

Страны обучения		
Австралия	Испания	Нидерланды
Австрия	Италия	Новая Зеландия
Бельгия	Канада	США
Великобритания	Кипр	Франция
Германия	Китай	Швейцария
Ирландия	Мальта	ЮАР

Москва (495) 795-0922	Санкт-Петербург (812) 495-6479	Калининград (4012) 59-3059
---------------------------------	--	--------------------------------------

Жаркое лето Абу-Даби

В этом году в Абу-Даби зарегистрирован небывалый рост турпотока из России. О том, с чем это связано, какие новинки ждут наших туристов, рассказывает представитель Tourism and Culture Authorities Abu Dhabi в РФ и СНГ **ЭДУАРД ГРИГОРЬЕВ**.



ПРОГНОЗ НА НОВЫЙ СЕЗОН

»»» Результаты первого полугодия вселяют уверенность, что до конца года турпоток из России и стран СНГ увеличится до отметки в 35 тысяч человек (примерно 175 тысяч ночевков в отелях). Это задаст достойный вектор роста на 2013 год. Заработают совместные рекламные акции с ведущими столичными и региональными туроператорами, что позволит России войти в число стран-лидеров по количеству туристов, посещающих Абу-Даби.

Сколько гостей из России посетили эмират этим летом? Лето было жарким! Если температура за +40 градусов для этого региона — дело вполне обычное, то 45%-ное увеличение турпотока из России и стран СНГ в Абу-Даби явилось результатом нашей активной маркетинговой политики. Всего за период с января по июнь 2012 года Абу-Даби посетили 19 тысяч туристов из бывшего СССР.

Чем Абу-Даби привлекает гостей? Эмират предлагает широкий выбор развлечений для туристов: от разнообразных городских туров до сафари в пустыне. Гости могут провести день за игрой в гольф на одних из лучших полей в мире, посетить мечеть шейха Заеда бин Султана Аль Нахьяна — это один из самых важных архитектурных и религиозных памятников Ближнего Востока, поболеть за свою любимую команду «Формулы-1» на Гран-при Абу-Даби или окунуться в мир «Феррари» в знаменитом Ferrari Park.

Какие объекты размещения наиболее востребованы у россиян? Спросом у россиян пользуются, прежде всего, пляжные отели. И здесь происходят самые заметные изменения по сравнению с прошлыми годами. Почти каждый месяц вводятся в строй новые пляжные гостиницы с уникальной инфраструктурой и высочайшим уровнем сервиса. Уверен, что нашим туристам придутся по душе новые отели на острове Саадиат — Park Hayatt Abu Dhabi Hotel and Villas, The St. Regis Saadiyat Island Resort. В сентябре примет первых туристов великолепный Ritz Carlton Grand Canal. Осенью планируется открытие крупней-

шего на Ближнем Востоке аквапарка Yas Waterworld Abu Dhabi, который, безусловно, станет еще одним обязательным местом для посещений российскими туристами. Хочу также обратить внимание на новый отель Eastern Mnagroves Hotel & Spa by Anantara с его потрясающими видами на мангровые заросли и море. Еще одна гостиница — Hayatt Capital Gate Abu Dhabi — славится потрясающими панорамными окнами и уникальным дизайном, который вошел в Книгу рекордов Гиннеса. Дело в том, что наклон здания составляет 18 градусов, что в 4 раза больше, чем у Пизанской башни.

Нет ли переизбытка или недостатка авиaperевозки на направлении? Ситуация с перевозкой на сегодняшний день достаточно стабильная. На российском рынке работает наш национальный перевозчик — авиакомпания Etihad Airways с ежедневными рейсами из Москвы. Компания «Трансаэро» также выполняет рейсы в Абу-Даби три раза в неделю.

Какие интересные акции вы организовали вместе с российскими туроператорами? Основной акцент в работе с ключевыми игроками рынка мы делаем на совместных образовательных программах. Регулярные семинары и презентации теперь будут проходить в нашем офисе по адресу Серебряническая набережная, дом 29. За последний месяц мы провели серьезные переговоры практически со всеми ключевыми туроператорами и отработали совместные рекламные кампании на предстоящий сезон. Акцент будет сделан на онлайн-рекламу в секторах b2b и b2c.

1 сентября — открытие офиса Visit Abu Dhabi площадью 200 квадратных метров, оборудованного для проведения различного рода презентаций, семинаров и встреч для профессионалов туристического рынка, по адресу: Москва, Серебряническая набережная, д. 29 (деловой центр «Серебряный город», 8 этаж).

19–22 сентября — участие Visit Abu Dhabi в выставке «Отдых 2012» со своим стендом, на котором будут работать 15 представителей туристической индустрии эмирата — отели, развлекательные комплексы Ferrari World, Yas Water Park.

24 сентября — презентация и встречи b2b в Киеве (отель

Hayatt Kiev) с представителями туристической индустрии Украины. В составе делегации Visit Abu Dhabi — 15 участников.

26 сентября — презентация и встречи b2b в Алма-Ате (отель Rixos) с представителями туристической индустрии Казахстана. В составе делегации Visit Abu Dhabi — 15 участников.

Дубай бьет рекорды

Какими были весна и лето для туристической отрасли Дубая? «Результаты первого полугодия ошеломляют», — говорит глава представительства Департамента туризма и коммерческого маркетинга эмирата Дубай **СЕРГЕЙ КАНАЕВ**.

Сколько туристов из РФ отдохнули в Дубае?

По данным за второй квартал, Дубай посетило 88,4 тысячи туристов из России — на 77% больше, чем за аналогичный период 2011 года. А за полгода турпоток в Дубай из РФ вырос на 51%. В целом за второй квартал текущего года Дубай посетило 2,4 млн туристов (+10%).

Наибольшим спросом пользовались береговые отели и новые гостиницы на искусственном острове Пальм-Джумейра. Особое внимание в этом году привлекал отель «Забиль-Сарай», входящий в престижную Jumeirah Group. Он отличается своей роскошью, повторяющей интерьеры султанских дворцов Великой Порты, и стал декорацией для последнего блокбастера из серии «Миссия невыполнима».

Расскажите о гостиничных новинках.

1 июля в Дубае открылся новый Jumeirah Creekside Hotel, находящийся под управлением Jumeirah Group. Отель расположен в исторической части Дубая, на побережье Дубайской бухты: вблизи от аэропорта и в пешеходной доступности от самых значимых достопримечательностей и торговых центров города.

Открытие нескольких новых объектов запланировано и на вторую половину 2012 года. JW Marriott Marquis высотой 355 метров, расположенный на главной дубайской магистрали — шоссе Шейха Заида, станет самым высоким отелем в мире. Роскошный комплекс предложит своим гостям 1608 великолепных номеров, уникальные конференц-залы, банкетные залы, 14 баров и ресторанов, потрясающий своими размерами спа-центр и оздоровительный комплекс Saray Spa. Пятизвездная гостиница Al Ghurair Rayhaan by Rotana и гостиничные апартаменты класса «делюкс» Al Ghurair Arjaan by Rotana составят единый комплекс с торговым центром Al Ghurair Centre.

В общей сложности это 614 номеров. Среди других проектов — 4-звездный The Ocean View Hotel (341 номер) в престижном районе Jumeirah Beach Residence, роскошный пляжный отель Fairmont The Palm на рукотворном острове Пальм-Джумейра (381 номер).

Как обстоят дела с авиаперевозкой?

Авиаперевозка обеспечила беспрецедентный рост туристического потока в Дубай. Более того, она во многом стимулировала его. Произошло это главным образом за счет расширения географии полетов. Возьмем, например, «Уральские авиалинии». В новом сезоне они будут выполнять рейсы в Дубай из Екатеринбурга, Челябинска, Краснодара, Минеральных Вод, Самары, Нижнего Новгорода, Уфы, Казани. Планируются и новые рейсы из Ростова-на-Дону. Увеличение частоты полетов можно ожидать и от авиакомпании «Трансаэро». Регулярные рейсы из Дубая в региональные города России продолжит выполнять бюджетный авиаперевозчик FlyDubai. Его эмблему можно увидеть в таких городах, как Екатеринбург, Казань, Уфа, Самара, Новосибирск. Дубайская авиакомпания «Эмирейтс» планирует со 2 декабря начать ежедневные полеты из Дубая в Москву на лайнере А-380 вместимостью более 500 кресел.

Какие акции вы провели совместно с российскими туроператорами?

В первую очередь хочу отметить Московскую международную туристическую ярмарку (бывшая выставка МИТФ), которая второй год проходит в формате b2c. Это первая подобная ярмарка в России. На ней совместно с ведущими российскими туроператорами мы создали коллективный стенд для прямых продаж Дубая и стимулирования интереса к летнему отдыху в эмирате. Совместно с компаниями «Русский Экспресс» и «Натали Турс» мы провели рекламные кампании по привлечению туристов в Дубай в летний период. Вместе с авиакомпанией «Эмирейтс» проводится кампания Do more in Dubai, ориентированная на продвижение семейного отдыха в Дубае.



« За последние непростые годы туризм доказал высокую степень своей живучести. Он стал важным фактором мировой экономики и частью modus vivendi для миллионов людей в мире. К сожалению, у нас в стране туризм до сих пор не получил того места, которое он заслуживает, поэтому он остается то частью спорта, то культуры. И это меня тревожит больше, чем иные природные и политические катаклизмы. Угрозы и вызовы, с которыми сейчас сталкивается международный и российский туризм, не становится меньше, но желания путешествовать у людей не убавляется, особенно у россиян. Поэтому я верю в будущее туризма и успех Дубая как туристического направления »

» На **77%** увеличился турпоток в Дубай из РФ во втором квартале текущего года по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.



Эксперты по Доминикане

Более 70 руководителей турагентств со всей России и представители СМИ собрались в конце июля на первый Российско-Карибский туристический конгресс, который туроператор «Южный крест» при поддержке доминиканских туркомпаний, сетей отелей и туристических властей этой страны провел на самом популярном курорте страны – Пунта-Кана.

ТЕКСТ МИХАИЛ ШУГАЕВ

»» **180**

тысяч российских туристов планирует принять Доминикана в 2012 году. Годом ранее здесь побывали около 120 тысяч гостей из нашей страны.

В 2011 году «Южный крест» отправил в Доминикану 10,4 тысячи туристов, по итогам нынешнего года эта цифра должна увеличиться до 14 тысяч человек. При этом 97% туристов компании в прошлом году выбрали местом своего отдыха курорт Пунта-Кана, куда этим летом 4 раза в неделю летали самолеты «Трансаэро» — постоянного партнера оператора. В 2011 году рейсы в Доминикану загружались на 96,5%, средняя стоимость тура составляла \$2121, туристы проживали в 51 отеле из 70 гостиниц, имеющих контракты с «Южным крестом» (44 из них находятся в Пунта-Кане). «В отличие, например, от высокорентабельной с точки зрения продаж турпутевки Мексики, Доминикана в условиях сильной конкуренции не сулит операторам высоких доходов, — отмечали эксперты в ходе конгресса. — Здесь турфирме важно и в будущем сохранить свои позиции». Выступление руководителей компании дополнили подробные презентации ведущих отелей и гостиничных сетей — партнеров оператора, а также представление различных экскурсионных и развлекательных программ, включая организацию свадеб «в пиратском стиле» на берегу океана, проведение для туристов профессиональной фотосъемки и создание видеоклипов. На второй день в рамках работы конгресса прошли деловой workshop, ярмарка традиционных доминиканских товаров и сувениров. Затем участники конгресса провели подробную инспекцию лучших отелей региона Пунта-Кана.

САМОЕ ЛЮБИМОЕ НАПРАВЛЕНИЕ

По данным РСТ, Доминиканская Республика продолжает оставаться наиболее популярным направлением на Карибах для российских туристов, демонстрируя самые высокие темпы роста в регионе в первом квартале 2012 года. По динамике роста турпотока она заняла пятую строчку в общем рейтинге, пропустив вперед Египет, Вьетнам, Тунис и Мальдивы.

Согласно данным Центрального банка Доминиканской Республики, за первые пять месяцев текущего года страну посетили 69,5 тысячи россиян — почти на 53% больше, чем за аналогичный период годом ранее. Излюбленным местом отдыха россиян остается Пунта-Кана — курортный регион на восточном побережье страны. Перелет выполняется прямыми рейсами авиакомпаний «Трансаэро» (круглогодично) и «Аэрофлот» (в зимний период).

С октября авиакомпания «Аэрофлот» также планирует открыть рейсы на север Доминиканы — на курорт Пуэрто-Плата.

НА ПОБЕРЕЖЬЕ АТЛАНТИКИ

По словам Галины Лысенко, представителя Министерства туризма Доминиканской Республики в России, в этом году одним из основных направлений деятельности туристических властей страны стало



продвижение отдыха в северных районах острова. «Россияне в основном знают Пунта-Кану и Ла-Роману, — отмечает она. Теперь стоит задача привлечь их внимание к Пуэрто-Плате, Кабарете, Сасуа и Самане — красивейшим местам на северном побережье Доминиканы. Достоинством данного региона является наличие двух современных международных аэропортов».

В настоящее время Министерство туризма и правительство прилагают огромные усилия по развитию инфраструктуры северной части острова. В частности, построена качественная автодорога от Санто-Доминго до Самана — сейчас от столицы сюда можно доехать всего за полтора часа. Построена также дорога до полуострова Самана по берегу океана в Лас-Теренас, позволяющая преодолеть это расстояние не за полтора часа, как раньше, а за 15 минут.

Второе направление деятельности — продвижение экскурсионных программ. Большинство туроператоров Доминикана воспринимается исключительно как направление пляжного отдыха. Но страна имеет хороший потенциал для развития экскурсионного туризма. Помочь продвижению новых турпрограмм должно запланированное на этот год долгожданное открытие в Москве официального туристического представительства Доминиканы.

ПЕРВЫЙ СПЕЦИАЛИСТ

С начала 2012 года на обучающем сайте www.registrierung-dominikanische-republik.de для туроператоров и всех желающих познакомиться с Доминиканской Республикой стала доступна русскоязычная версия. Портал, который позволяет бесплатно пройти образовательный курс и стать специалистом по этому туристическому направлению, посетили пользователи из множества городов России.

ДОМИНИКАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА



В конце курса все желающие могут проверить свои знания с помощью интерактивных тестов, за успешное прохождение которых присуждается сертификат «Эксперт по Доминиканской Республике». На сегодняшний день у сайта появился первый русскоговорящий специалист — Юлия Майгур из Воронежа, которая набрала наибольшее количество баллов и была отобрана автоматической системой сайта как победитель из России.

Тб

Мнение эксперта

Директор по продвижению турпродукта компании «Южный крест»
ДМИТРИЙ ФЕСИК

Наша компания начинала работу на карибском рынке именно с Доминиканы. Основное преимущество страны заключается в том, что это хорошо раскрученное направление, предлагающее понятный всем турпродукт — пляжный отдых на океанском побережье в отелях, работающих по системе «все включено».

В отличие от соседней Кубы, здесь нет множества исторических памятников и городов с богатым колониальным прошлым. Исключение составляет только столица страны Санто-Доминго. Однако столицу посещают далеко не все туристы, отдыхающие на побережье Пунта-Кана, — дорога туда занимает 4 часа, что довольно утомительно.

Поэтому основные развлечения на курорте — любование красотами тропической природы, морские прогулки, посещение тростниковых и кофейных плантаций. Агентствам, которые хорошо продают Турцию, продавать Доминикану совсем не сложно — турпродукты очень похожи. Нужно лишь позиционировать страну как достаточно доступную экзотику с комфортным прямым 11-часовым перелетом и минимумом визовых формальностей — для въезда в Доминикану российским туристам нужно только заплатить в аэропорту 10 долларов.

Если же говорить о проблемах направления, то они характерны для всего российского туризма в целом. Прежде всего, это неоправданный демпинг со стороны отдельных операторов и несбалансированная авиоперевозка.



Острова везения

С начала 2012 года Кубу посетило два миллиона туристов. Этого показателя удалось достичь почти на месяц раньше, чем годом ранее. Россияне занимают седьмое место в общем объеме зарубежного турпотока в страну, но уже в этом году они могут обогнать по численности туристов из многих европейских стран. К настоящему времени здесь уже побывало 51,2 тысячи наших сограждан, рост турпотока с января по июль составил 20,7%.

ТЕКСТ И ФОТО
АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

»» **3** миллиона гостей планируется принять на Кубе до конца года. За прошлый год остров посетило 2,7 миллиона туристов.

ВАРАДЕРО

Большинство россиян ставят отдых на берегу океана на первое место. Варадеро — старейший и главный курорт страны, одно из самых красивых мест на Кубе. Его история начинается с конца 1920-х годов, когда американский миллионер Дюпон выстроил себе на живописной оконечности полуострова Икакос роскошную виллу. Вокруг стали селиться и другие богачи, превратив полуостров в «убежище» для миллионеров. В 1959 году поместья были национализированы.

Легендарный пляж Варадеро протянулся вдоль северного побережья полуострова Икакос. Сегодня на узком перешейке длиной 18 километров и шириной всего 700 метров располагаются гостиничные комплексы, поражающие роскошью и насыщенностью инфраструктуры. Как любой курорт Кубы, Варадеро предлагает своим гостям огромный выбор возможностей для проведения досуга. Несмотря на то, что Варадеро — один из самых популярных курортов Кубы, местные пляжи никогда не бывают переполнены в силу их значительной протяженности.

ГАВАНА

Для знакомства со столицей счастливым обитателям Варадеро предлагаются стандартные одно- и полудневные экскурсии с ночевкой и посещением легенды кубинской ночной жизни — красочного шоу в кабаре «Тропикана». Кабаре, построенное в 1939 году на территории прекрасного парка под открытым небом, является самым крупным и посещаемым на Кубе. На сцене «Тропиканы» разворачивается красочное шоу в стиле 1950-х с участием сотен артистов. Столь же зажигательное зрелище с непременными коктейлями и легкими закусками можно увидеть, не доезжая до Гаваны, в известном кабаре «Континенталь». Это шоу, популярное у россиян, проходит в живописном парке на берегу реки Канитар прямо под открытым небом. Представление переходит в дискотеку с афро-кубинскими ритмами и длится до глубокой ночи. Гавана, несомненно, — один из красивейших и самобытных городов планеты. Федерико Гарсиа Лорка писал родителям: «Если я исчезну, ищите меня на Кубе», а Хемингуэй намеревался «остаться тут навеки». В самой живописной части — Старой Гаване, находящейся под

«« Однодневная морская прогулка к островку Кайо-Бланко приятна и неумтомительна. Катамаран готовится бросить якорь у пляжа.

Шоу в кабаре «Тропикана» — визитная карточка Кубы.



покровительством ЮНЕСКО, — свыше 900 исторических зданий колониальной эпохи: дворцы, церкви, отели, площади, бульвары, роскошные дома. Современная часть города характеризуется смесью архитектурных стилей: арт-деко, неоготика и другие. Здесь также расположены выдающиеся достопримечательности — Капитолий — копия Белого Дома в Вашингтоне, Гранд-театр имени Гарсиа Лорки, площадь Революции с монументом Хосе Марти, гигантским портретом Че Гевары и зданиями различных министерств. В нескольких кварталах от Капитолия расположен бар «Ла Флоридита», куда любил заходить Хемингуэй. Бюст писателя красуется не его любимом месте у стойки, а посетители — иностранные туристы, поскольку цены здесь по кубинским меркам очень высокие.

ОСТРОВА

Последние годы прилагаются особые усилия по туристическому обустройству и продвижению курортов на небольших кубинских островах. Бесчисленные прибрежные рифы — кошмар для неопытных капитанов и величайшее наслаждение для дайверов. Помимо большого «острова юности» Хувентуд их насчитывается более 4 тысяч. Здесь, вдали от всего, что может напоминать о тяготах кубинского быта, отдыхают те, кто желает погрузиться в состояние полной безмятежности и первозданного покоя. К таким местам относятся курорты островов Кайо-Ларго, Кайо-Коко и Кайо-Гильермо. Кайо-Ларго-дель-Сур — жемчужина архипелага Канарреос, расположенного вдоль юго-западного побережья Кубы. Здесь широкие возможности для изучения подводного мира. На обширном коралловом рифе любители дайвинга найдут около 30 точек погружения с



тоннелями и обрывистыми стенами. Известно также, что в прибрежных водах Кайо-Ларго в эпоху ранней колонизации — с XVI до середины XVIII века — потерпели крушение около 200 судов, и многие туристы устремляются сюда в поисках сокровищ. Кайо-Коко расположен к северу от «большой земли». Этот, четвертый по величине остров Кубы, тщательно охраняется как природный заповедник. Остров славится своей богатой и практически нетронутой человеком природой.

Остров Кайо-Гильермо находится в 20 км от Кайо-Коко, с которым он связан насыпной дамбой. Несмотря на то, что это совсем небольшой островок, площадью 13 квадратных километров, остров славится богатыми флорой и фауной. Здесь можно увидеть дельфинов, стаи розовых фламинго, огромное количество разнообразных птиц, живущих в пальмовых рощах и мангровых зарослях, которые занимают более 80% всей территории острова. Остров также известен своими пляжами. Пляж Эль-Пилар, один из лучших на Кубе, назван в честь яхты Эрнеста Хемингуэя. А рядом с ним на высоту в два десятка метров взметнулась живописная песчаная дюна. Чтобы получить представление об этих островах, достаточно совершить на них однодневную экскурсию. Например, перелет из аэропорта Варадеро на Кайо-Ларго займет 30–40 минут. Далее туристов ждет прогулка на яхте с открытым баром к острову Игуан, где этих рептилий можно покормить и даже потрогать руками. Потом — купание на коралловом рифе, обед на Кайо-Ларго в открытом ресторане под пальмовой крышей. И, конечно, свободное время для отдыха на пляже. Есть и еще более легкий вариант знакомства с архипелагом — прогулка на катамаране от пристани Варадеро. Экскурсия проходит на современном просторном катамаране с открытым баром сначала вдоль побережья полуострова, а затем — к берегам небольшого необитаемого острова Кайо-Бланко. По пути делается остановка для купания с маской и ластами на коралловом рифе. Затем — высадка на острове, обед из морепродуктов, купание, спортивные игры, танцы, зажигательная анимация. Экскурсия завершается небольшим дельфиньим шоу в дельфинарии Варадеро.

ТБ

ПРИГЛАШАЮТ НА КУБУ

Tez Tour
Натали Турс
Мегаполус турс
Русский Экспресс
Трансаэро Тур
Библио Глобус
Ванд Интернэшнл Тур
Карибский Клуб
Южный Крест
Jazz



«« С 2010 года правительство Кубы выделило своему туристическому сектору инвестиций на сумму более 284 млн долларов США.



Европа из окна автобуса

Автобусные туры появились на заре становления российского турбизнеса. Изначально их успех был обусловлен низкой стоимостью программ. Теперь, когда операторы предлагают более качественный и дорогой турпродукт, этот вид отдыха завоевывает сердца новых поклонников.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Сегодня автобусный парк большинства крупных столичных турфирм составляют комфортабельные машины марок Mercedes Benz, Scania, Bova, Setra, Neoplan. К услугам туристов — бюджетные туры, программы с комфортабельным размещением в гостиницах высокого класса, без ночных переездов, с дополнительным отдыхом на морских курортах. Вместе с тем это один из самых сложных с точки зрения организации видов туризма. «Благодаря усилиям некоторых туроператоров в России этот вид отдыха приобрел статус бюджетного, что неоправданно. Во всем мире автобусные туры являются одним из дорогих видов отдыха. Это связано со сложной организацией и суще-

ственными затратами на отели, автобусы, гидов и другие сопутствующие мероприятия», — отмечает директор по туризму компании «Интерс» Андрей Козловский. По его словам, сегодня туристы стали более требовательны. Если раньше почти все клиенты были довольны отелями уровня 2 звезды и автобусами 1985 года выпуска, то сейчас такой вариант отдыха привлекает лишь немногих, как правило, новичков. Проблема заключается в том, что сравнение туров зачастую происходит линейно. Турист видит стоимость поездки у двух-трех туроператоров, и — при равном или большем числе городов — прежде всего, смотрит на цену, забывая, что чем больше городов, тем меньше на них уделяется времени.

«Такие программы мы называем «гармошкой». В них представлено множество городов, на посещение каждого отводится по 30–40 минут, а то и меньше. В итоге у туриста получается каша в голове от городов и достопримечательностей. Это уже не тур, а гонка, — говорит Андрей Козловский. — Бюджетные поездки продаются легче, но дешевле — не значит лучше. Невозможно полноценно знакомиться с тремя и более городами за один день. Автобус — это не самолет».

С этим согласен исполнительный директор компании «Лабиринт» Сергей Михайлов. По его словам, при выборе автобусного тура нельзя руководствоваться принципом, чем дешевле — тем лучше. «Это просто преступление, так как турист вернется в негативном настроении. Что такое дешевый автобусный тур? Это значит, что оператор экономит на качестве автобусов, на проживании в отелях. То есть вместо отдыха в гостинице происходит ночной перегон. А утром туристы в совершенно разбитом состоянии идут на осмотр следующих достопримечательностей», — говорит Сергей Михайлов.

Многие выбирают автобусные туры еще и потому, что с ними постоянно находится гид, который рассказывает что-то интересное, показывает фильмы.

«Хороший гид превращает путешествие в настоящее приключение, в запоминающееся шоу. Люди, которые хотят попасть на такое «шоу», но не хотят долго ехать к месту событий, выбирают перелет, а потом присоединяются к группе, которая начинала путешествие из России», — отмечает Сергей Михайлов. Роль гида в автобусном туре колоссальна. Ведь на все время поездки гид становится для группы руководителем, рассказчиком, советчиком. Как показывает практика, от работы гида во многом зависит успех всего тура. «Есть люди, которые в силу каких-то причин не могут летать на самолетах. Для них автобусные туры — просто находка», — добавляет руководитель отдела Франции и автобусных туров по Европе компании «Роза ветров» Марианна Стрельцова.

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ

По мнению ведущих операторов, пальма первенства на рынке автобусных туров принадлежит экскурсионным турам во Францию. «Я думаю, что это связано с романтическими представлениями о Париже, историческим и культурным наследием Франции, широкими возможностями для самостоятельных прогулок», — считает Андрей Козловский.

Сергей Михайлов отмечает, что очень популярны автобусные туры в Финляндию и Скандинавию с путешествием на пароме. Во время подробного знакомства с Финляндией, Швецией, Норвегией и Данией трудно обойтись без автотранспорта (например, без автобуса или автомобиля невозможно осмотреть знаменитые норвежские фьорды), поэтому автобусные туры — хороший шанс посмотреть эти страны. Такие программы комбинируются по маршрутам и продолжительности. Это очень удобная для клиента схема: можно выбрать то, что позволяет туристу время и кошелек.

В компании «Лабиринт» отмечают рост спроса на комбинированные туры: авиаперелет плюс автобусная программа. Как правило, такие программы характерны либо для одной страны, либо для одного региона. «Например, у нас есть тур «Французские каникулы» — перелет в Париж и далее — автобусное путешествие по всей Франции. Похожие туры предлагаются и в Великобритании. Есть комбинированные предложения — Франция плюс Швейцария», — рассказывает Сергей Михайлов.

Среди хитов компании «Розы ветров» — недорогие программы с ночными переездами: «Красоты Праги и Парижа», «Пять столиц Европы». Более дорогие туры без ночных переездов — «Как прекрасен этот мир», «Прогулка по Европе», «Виват, Италия», «Европейская симфония».

АГЕНТ ДОЛЖЕН ПОМНИТЬ

При продаже автобусных туров, как и при реализации любого другого турпродукта, существует множество нюансов. Турагент должен понимать, что экскурсионные автобусные туры — это не пляжный отдых, где туристы проживают в одном отеле одну-две недели, изредка выезжая на экскурсии. Автобусная программа — это калейдоскоп городов, каждый день с базовыми и дополнительными экскурсиями. В таком туре клиент находится в движении. Это плюс, но одновременно и минус для тех людей, которые не привыкли к частой смене обстановки и пешеходным прогулкам по городам. Также агентствам стоит обращать внимание на комфортность тура.

«В нашем каталоге прописаны три типа комфортности: «бюджет», «комфорт» и «премиум». На данный момент это относится к ценовой категории и отелям. Претензии туристов, фотографирующих отель уровня 2 звезды в туре «бюджет» со словами «Мне обещали гостиницы уровня 4 звезды по всему маршруту», сви- >>>

>>> **15** млрд евро — таков ежегодный оборот индустрии автобусного туризма в Европе. Путешественники, выбравшие подобный способ передвижения, как правило, оставляют в стране пребывания на 40% больше средств, чем прочие отдыхающие.



<< В ближайшее время рынок автобусных туров будет консолидироваться. Вместо 10–15 автобусных компаний активными и заметными останутся три-четыре туроператора. Нынешняя конкуренция перешла в технологическое соревнование. Не все смогут выдержать эту гонку >>>

**АНДРЕЙ
КОЗЛОВСКИЙ**

Директор по туризму компании «Интерс»



детельствуют о недостаточной информированности клиента со стороны турагентства. Если турист хочет получить отели уровня 3–4 звезды по всему маршруту в центре городов, то у нас есть программа R6.0, которая стоит довольно дорого по сравнению с турами класса «бюджет» и «комфорт». Нельзя купить «Мерседес» по цене «Жигулей». Об этом стоит помнить, предлагая и выбирая автобусные туры», — говорит Андрей Козловский.

«Многие автобусные программы — это ранние подъемы и выезды из отелей, напряженная, насыщенная экскурсионная программа. Людей, которые страдают заболеваниями опорно-двигательного аппарата, лучше в такие поездки не отправлять», — добавляет Марианна Стрельцова. Компания «Интерс» разработала несколько программ по Бенилюксу, Испании, Швейцарии. К выставке «Отдых» в новом каталоге будут представлены доработанные программы, а также первый тур в Португалию.

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОГНОЗЫ

Несмотря на экономические потрясения, спрос на автобусные туры по-прежнему остается стабильным. «Если не пугать людей предстоящим кризисом, то все будет в порядке. Хотя стоимость туров несколько повысится, ведь цены на топливо растут, и некоторые посольства (например, Польши) тоже вводят практику подачи документов через визовые центры. Это, естественно, ведет к удорожанию стоимости оформления шенгенской визы», — говорит Марианна Стрельцова. Пока же, по оценке Андрея Козловского, цены многих туроператоров, несмотря на рост цен отелей и увеличение туристических налогов, остались на прежнем уровне либо даже снизились с учетом масштабных скидок для привлечения клиентов. «Это плохой знак для туррынка и рентабельности туров в целом. Удерживая клиентов низкими ценами, туроператор рискует вырыть себе огромную финансовую яму, которая может привести к банкротству», — полагает Андрей Козловский. **Тб**

Автобусный туризм в цифрах и фактах

- Индустрия автобусного туризма в Европе обеспечивает 2 млн рабочих мест — это водители, механики, административный персонал. Кроме того, автобусный туризм обеспечивает около **5 млн** рабочих мест в смежных отраслях, связанных с производством машин и обслуживанием путешественников.
- Автобус считается самым экономичным средством передвижения на расстояния от **500 до 1000 км**. Кроме того, это один из наиболее безопасных видов транспорта в Европе. Согласно статистике, в последние годы количество людей, погибших в авариях туристических автобусов, оказалось меньше, чем число людей, погибших при авариях сельскохозяйственных машин и тракторов.

- Использование туристических автобусов сулит немалые выгоды с точки зрения трафика — на дороге автобус занимает такое же место, как три легковых автомобиля, но его пассажироместимость примерно в **30 раз больше**.
- Туристические автобусы — один из наиболее экологически чистых видов транспорта — объемы выбро-

са в атмосферу углекислого газа (в расчете на перевозку одного пассажира на 100 км пути) у туристического автобуса в два раза меньше, чем у тепловоза. За последние 20 лет объемы выброса вредных веществ туристическими автобусами в Европе благодаря использованию новых технологий сократились **на 98%**. 25 современных автобусов производят на дороге мень-

ше шума, чем один автобус выпуска 1980 года.

- Автобусный туризм при правильной организации гарантирует высокую степень удовлетворения клиента своей поездкой. По данным опросов, проведенных в Европе в последнее время, **90%** всех автобусных туристов остались «довольны» или «очень довольны» своим отдыхом.
- Ежегодный суммарный пробег туристических автобусов в Европе составляет около **700 млрд** километров. На долю туристических автобусов в странах Старого Света приходится порядка 50% от общего объема услуг общественного транспорта.



Источник: tourism-review.com

Новый мир — вся Япония

«В нашем бизнесе важно предложить клиенту не только качественное обслуживание в офисе, но и новый, необыкновенный продукт. Таким продуктом, по нашему мнению, в следующем году станут круизные программы по Японии, которые мы организуем совместно с нашим главным партнером Princess Cruise с апреля по июль 2013 года», — считает генеральный директор компании «Бриз Лайн» **МАКСИМ РАДИОНОВСКИЙ**.



Сейчас мы открываем Японию для наших туристов. Еще никто и никогда не предлагал на нашем рынке такие емкие и разнообразные программы по этой стране за столь разумные деньги. Почти все наши круизы начинаются и заканчиваются в Токио. Маршруты охватывают все основные острова Японии. Туристы смогут увидеть футуристические мегаполисы — Токио, Йокогаму, Осаку, посетить древние столицы Киото и Нара, побывать в знаменитых своими термальными источниками южных городах — Кагосиме, Бэппу и Мацуяме, увидеть национальные парки и заповедники северной Японии на острове Хоккайдо. Путешественники познакомятся с традиционной японской культурой в тех местах, куда нечасто добираются наши туристы. Например, они смогут своими глазами увидеть знаменитые синтоистские ворота-тории в Ицукусиме, или Канадзаву, где сохранились целые районы домов самураев и гейш. В Токио мы организуем специальные предкруизные и посткруизные программы на два-три дня с посещением горы Фудзи и города Нара — первой столицы Японии. Какой бы маршрут вы ни выбрали, мы рекомендуем обязательно съездить в Киото — город тысячи храмов. Здесь туристы увидят императорский дворец, знаменитый золотой павильон Кинкакудзи, замок Нидзё, сад камней в храме Рёандзи, квартал Гион, где работает единственная в Японии школа гейш.

Круиз: «Весенняя Япония и Гонконг» — с 19 по 26 апреля

Гонконг, Южная Япония — Коти, Токио, Осака, Киото
Круиз-плюс: Токио — гора Фудзи

Круиз «Вокруг Японии с фестивалями» — с 6 по 18 мая

Самые яркие традиционные фестивали в Японии проводятся в начале мая. Не упустите возможность посмотреть на различные состязания, восхититься ловкостью лучников и потрясающими кимоно хэйанской эпохи.

Круиз «Китай и майские праздники в Японии» — с 3 по 10 мая

Пекин и Великая Китайская стена, Южная Корея, Токио, Осака, Киото
Круиз-плюс: Токио — гора Фудзи

Круизы «Япония, Корея и Тайвань» — 18 мая и 23 июня

Замечательная возможность посмотреть и открыть для себя сразу три яркие азиатские страны. В Японии — полюбоваться красотами современного Токио и старинного Киото, в Корею — подняться на Пусанскую башню и осмотреть город со 120-метровой высоты, на Тайване — осмотреть крупнейшую в мире коллекцию китайских художественных сокровищ и великолепные храмы.

Круиз «Все онсэн и гейзеры Японии» — с 27 мая по 5 июня

Онсэн — это не просто горячий термальный источник с бурлящей водой, а притягательное по своей красоте место. Посещение онсэнов — очень популярный у японцев ритуал. Источники различаются по составу воды, концентрации солей и температуре. Не откажите себе в удовольствии и испытайте великолепное расслабляющее и целебное действие горячих источников.

Круиз «Вулканы и храмы южной Японии» — с 5 по 14 июня

Знаете ли вы, что, согласно легенде, самый известный вулкан страны — Фудзи — вырос в течение одной ночи, чем вызвал священный трепет у многих поколений местных жителей? Многие вулканы Ямато вызывают благоговение местных жителей. Самые красивые храмы Японии, а иногда целые города, расположены рядом с вулканами. Например, Кагосима с ее знаменитыми термальными ваннами в горячем песке пляжей.

Круизы «Национальные парки северной Японии — Хоккайдо» — 14 июня и 14 июля

Мало где в мире садово-парковое искусство достигло таких высот, как в Японии. Нельзя упустить возможность съездить в круиз вокруг острова Хоккайдо, где расположены многочисленные природные заповедники и национальные парки.

Круиз «Вся Япония в одном круизе» — со 2 по 14 июля

Посмотреть все чудеса Японии всего за 13 дней — это реально. А увидеть Японию летом — это двойное удовольствие, ведь лето — сезон посадки риса, когда зеленым нарядом покрывается вся страна.



>>> Будем рады видеть на борту не только туристов, но и работников туристического бизнеса, для которых мы подготовили специальные предложения.

СчастливыЙ 13-й

Хотя нынешний сезон не предвещает заметного роста круизного турпотока, следующий 2013 год обещает продемонстрировать хорошую динамику. Прежде всего, это касается необычных и экзотических маршрутов, которые туристы бронируют уже на сезон 2014 года.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ



В БОРЬБЕ ЗА КЛИЕНТА

По оценке заместителя директора компании «Бриз Лайн» Ильи Милитицкого, круизное лето 2012 года выдалось весьма неоднозначным. Как и ждали, на продажах отрицательно сказалось происшествие с лайнером Costa Concordia. «Это не могло не испортить общую картину на рынке. Однако и туроператоры, и круизные компании, сделали все, чтобы нейтрализовать влияние этого отрицательного фактора на продажи. Очень многое было изменено в маркетинге каждой круизной компании. Например, Princess решила продавать свои 13-дневные круизы по Средиземному морю не только целиком, но и по сегментам, разбив двухнедельные программы на две части. Наши клиенты смогли покупать недельные круизы по Средиземному морю на Princess Cruises по цене от \$499, — рассказывает Илья Милитицкий. — Конечно, такие предложения привлекательны с точки зрения клиента. Благодаря этим мерам турпоток не снизился по сравнению с летним периодом 2011 года. Однако продавать круизы по таким ценам не очень выгодно. Прибыль наших агентов снизилась. Мы постарались нивелировать это повышением комиссии на многие даты круизов на 5%, и эта мера сработала». Директор по PR и маркетингу компании «Виа Марис» Елена Карманова отмечает, что хотя турпоток практически не изменился по сравнению с прошлым годом, но значительно увеличилась доля продаж last minute. «Практически все лето продажи шли на ближайшие даты, группы формировались поздно. Это осложняло организацию качественного экскурсионного обслуживания», — говорит эксперт. «Но нет худа без добра. Круизные компании усилили борьбу за клиента: путем снижения цен, как это сделала, например, Costa, путем повышения стандартов качества обслуживания и безопасности. Сюда же следует отнести привлечение клиентов за счет серьезной работы с новыми рынками. Например, мы заключили генеральный контракт с крупнейшей американской круизной компани-

ей Royal Caribbean Cruises Ltd», — рассказывает руководитель департамента маркетинга «Инфлот Круз энд Ферри» Алексей Ефимов.

РАННЯЯ ВЕСНА

Осенью и зимой спросом у круизеров традиционно пользуются экзотические направления. Наибольший интерес вызывают круизы вдоль берегов Южной Америки, Австралии и Новой Зеландии, стран Карибского бассейна, Юго-Восточной Азии. «Для продаж зимнего Средиземноморья время еще не пришло, а осенние круизы уже активно раскупаются. Мы надеемся на высокий спрос на круизы по Персидскому заливу. Однако, как и в случае с летними круизами, на этом направлении упала глубина продаж. Обычно зимние круизы мы начинали продавать с весны. В этом году ранний спрос был лишь на ряд дат с особо привлекательными маршрутами, рынок активизировался только с июля», — говорит Елена Карманова.

Руководитель департамента круизов компании Ras Group Михаил Фельдман рассказывает, что MSC Cruises впервые поставила на южноамериканских маршрутах свой флагман — MSC Fantasia на 4 тысячи пассажиров. Вместе с тремя другими лайнерами класса Musica (на 3 тысячи пассажиров каждый) они предлагают широкую сеть маршрутов из Рио-де-Жанейро, Буэнос-Айреса и Сантуса. Еще одно знаковое событие грядущей зимы — приход лайнера MSC Armonia в акваторию Красного моря с длинной программой недельных круизов из Шарм-эль-Шейха (Египет, Израиль, Иордания). «За счет интересного маршрута, отсутствия необходимости оформлять визы, удобного сообщения со многими городами России, пакетных предложений, привлекательных цен и гарантированных русских групп новое направление MSC Cruises уже в этом году может оказаться в лидерах продаж», — отмечает Михаил Фельдман.

Важной новостью является возвращение лайнеров Holland America Line в азиатский регион на весь зимний сезон. На протяжении нескольких лет круизная компания предлагала азиатские круизы лишь раз в году — весной, когда лайнеры перемещались из Австралии на Аляску. Спрос на эти маршруты всегда был очень высок. Наши соотечественники никак не могли попасть в подобные круизы, так как места на них раскупались за год и даже раньше. Привлекательность программ, включающих все самые интересные порты региона, и высокий спрос на них подвигли руководство Holland America Line к тому, чтобы вернуть этот популярный регион в сетку регулярных маршрутов. Поэтому грядущей зимой поклонники этой компании класса «преми-

ум» получают возможность спокойно выбрать наиболее удобное время и наиболее интересный маршрут из нескольких предлагаемых программ.

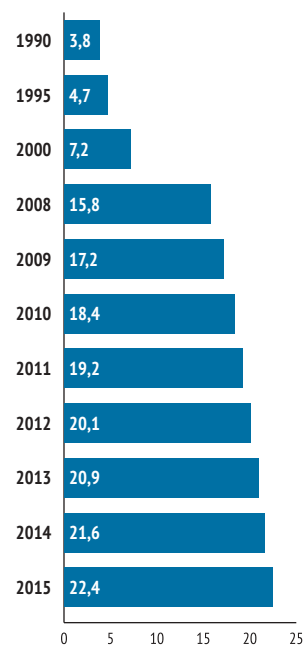
Заметным событием является спуск на воду нового лайнера премиум-класса Celebrity Reflection, который отправится в инаугурационный круиз 2 октября, а в январе 2013 года будет переведен на карибское направление. Таким образом, выбор покупателей экзотических круизов класса «премиум» расширится еще больше.

ЭКЗОТИЧЕСКИЕ ЖЕМЧУЖИНЫ

Компания «Бриз Лайн» собрала большие группы в 17-дневный маршрут «Азиатские жемчужины» из Бангкока в Пекин с посещением Южной Кореи, Китая, Гонконга, Сингапура, Вьетнама и Японии на лайнере Diamond Princess. В октябре и ноябре состоятся три круиза с российскими группами, экскурсиями на русском языке и представителем оператора на борту. В этом году также очень популярны сегменты кругосветных путешествий на лайнерах Queen Mary 2 и Queen Victoria круизной компании Cunard Line. Еще одна азиатская новинка сезона — программа от Princess Cruises «Вся Япония в одном круизе: сакура — самураи — онсэн — храмы — фестивали». Она стартует в апреле 2013 года и продлится до июля.

«Казалось бы, еще рано об этом говорить, но это не так. Тот, кто бронирует круиз заранее, получает возможность сэкономить до 30–40% от его стоимости и получить лучшие каюты на лайнере. Что касается зимних программ, то очень большим спросом пользуются такие направления, как Австралия, Новая Зеландия и Южная Америка. >>>

КОЛИЧЕСТВО КРУИЗЕРОВ В МИРЕ*



* млн человек

Источник: cruisemarketwatch.com

Круизная компания

ИНФОФЛОТ

www.sea-cruise.ru

Звонок по России бесплатный

8-800-100-75-10

БРОНИРОВАНИЕ

ОНЛАЙН

НОВОГОДНИЕ И РОЖДЕСТВЕНСКИЕ

КРУИЗЫ ИЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

по 5 странам Балтики



»» Из Антарктики ушли все круизные компании, кроме Holland America Line, так как недавно введенные суровые требования по охране окружающей среды принуждают использовать дорогое топливо, требующее переоборудования лайнеров под новые стандарты. Антарктические круизы предлагают также экспедиционные суда, где гораздо меньше комфорта и развлечений на борту, чем на полноценном круизном лайнере.

Отличие от сезона 2011–2012 годов заключается в том, что в 2013 году австралийские программы начинаются не с Нового года, а гораздо раньше — с октября», — говорит Илья Милитицкий.

Пример интересной осенней программы — круиз с 6 ноября 2012 года в Австралию, в ходе которого туристы смогут наблюдать солнечное затмение. Популярны новогодние круизы по Австралии и Новой Зеландии из Сиднея в Окленд и по Южной Америке между Сантьяго и Буэнос-Айресом.

Главное экзотическое предложение Ras Group — круиз на лайнере MSC Opera, startующий 27 октября по маршруту Одесса — Стамбул — Катакалон — Дубровник — Венеция — Валлетта — Пальма-де-Мальорка — Касабланка — Агадир — Дакар — Уолфиш-Бэй — Кейптаун. Его продолжительность — 25 дней. Весьма популярны еженедельные (с 10 октября 2012 года по 30 марта 2013 года) круизы на лайнере MSC Armonia, охватывающие Шарм-эль-Шейх, Сафагу, Эйлат, Акабу (с посещением Петры) и Сохну.

Самым экзотическим и уникальным круизом грядущей зимы в ассортименте компании «Виа Марис» считается программа «Вокруг света за 25 дней» на лайнере Marina от Oceania Cruises (класс «премиум»). Она стартует 27 декабря 2012 года. «Этот маршрут по достоинству оценили все наши постоянные клиенты, и русская группа сформировалась за считанные недели после того, как мы выставили это предложение на продажу. Маршрут круиза настолько уникален, что трудно устоять: Вальпараисо — остров Робинзона Крузо — остров Пасхи — остров Питкерн — Факарва — Бора-Бора — Муреа — Таити», — рассказывает Елена Карманова.

Продолжительность путешествия — 21 день. Круиз начинается в Чили. Легендарный остров Робинзона Крузо — место удивительных контрастов: именно эти пейзажи наблюдал прообраз героя Даниэля Дефо — шотландский моряк Александр Селкирк. Остров Пасхи не нуждается в рекламе, его знаменитые каменные истуканы известны всем. Двухдневная стоянка дает возможность полноценно познакомиться со всеми мистическими достопримечательностями этого далекого кусочка суши в океане. На острове Питкерн туристам предоставляется уникальная возможность посетить тот самый рай, который нашли для себя мятежные моряки английского корабля «Баунти». Здесь, в самом малонаселенном государстве мира, есть свои деньги, своя почта и много других удивительных вещей для страны, население которой составляет всего 56 человек. Круиз заканчивается на островах Французской Полинезии.

Еще одно интересное предложение оператора — круиз по Южной Америке и Антарктике на лайнере Veendam круизной компании Holland America Line (класс «премиум») с 20 декабря 2012 года. Его продолжительность — 20 дней. «Это не новый маршрут, он стабильно пользуется популярностью из года в год. Но его уникальность бесспорна. Во-первых, из Антарктики ушли все круизные компании, кроме Holland America Line, так как недавно введенные суровые требования по охране окружающей среды принуждают использовать очень дорогое топливо, требующее переоборудования лайнеров под новые стандарты. Поэтому сегодня такие круизы предлагают лишь Holland America Line и экспедиционные суда. Очевидно, что на последних гораздо меньше комфорта и развлечений на борту, чем на полноценном круизном лайнере. Во-вторых, даже у Holland America Line такой маршрут проходит не более двух раз за зиму», — говорит Елена Карманова. Третье уникальное предложение компании — программа «Африканские соблазны» на лайнере Crystal Serenity компании Crystal Cruises (класс «люкс»). Она стартует 28 марта 2014 года. Уникальность круиза позволяет привлекать внимание клиентов и к столь отдаленным датам. Дело в том, что маршрут круиза проходит вдоль западного побережья Африки. Это очень редкое предложение: Кейптаун — Уолфиш-Бей — Луанда — остров Сан-Томе — Такоради — Дакар — Агадир — Лиссабон — Саутгемптон. Как отмечает Алексей Ефимов, большой интерес у круизеров вызвали анонсированные на зиму 2012 — весну 2013 круизы по Карибским островам из Сан-Хуана. На коротких семидневных маршрутах по Западным Карибам ходят два

самых больших круизных лайнера в мире: Oasis of the Seas и Allure of the Seas. «А вот круизы по Южным Карибам с отправлением из Сан-Хуана (Пуэрто-Рико) до сих пор были незаслуженно обделены вниманием российских операторов. Появившись в нашей продуктовой линейке, они сразу вызвали повышенное внимание со стороны агентов и покупателей. Кроме того, на 7 февраля 2014 года мы формируем русскоязычную группу в 2-недельный VIP-тур «Галапагосские острова и Мачу-Пикчу», включающий круиз по Галапагосским островам на экспедиционной яхте Celebrity Xpedition (на 90 пассажиров), а также многодневную экскурсионную программу по столицам древних цивилизаций Южной Америки: Куско и Мачу-Пикчу», — рассказывает Алексей Ефимов.

Экзотичность маршрута определяется не столько регионом плавания, сколько возможностью посетить места, недоступные для большинства других туристов. Поэтому важное значение имеют размеры лайнера, определяющие возможность захода в небольшие гавани, продолжительность стоянок, позволяющая совершать дальние наземные экспедиции. В этой связи можно упомянуть ряд регулярных маршрутов Royal Caribbean вокруг Австралии и Новой Зеландии с наземными экскурсионными программами по тихоокеанским островам Вануату, Нумеа, Лифу, маршруты по Аляске, Канаде и Новой Англии с посещением ледника Хаббарда и столицы Аляски времен «золотой лихорадки» — города Джуно. По сути, это настоящие экспедиции по маршрутам золотодобытчиков начала XX века, где часть пути проделывается на собачьих упряжках.

«Кроме того, у Celebrity Cruises существует очень специфический продукт — винные круизы. Лайнер Celebrity Constellation отправляется из Саутгемптона всего семь раз в году, в сезон сбора урожая винограда, и совершает заходы в порты знаменитых винодельческих регионов Испании, Франции и Португалии, — отмечает Алексей Ефимов. — На борту проходят мастер-классы и лекции сомелье с мировым именем, владельцы виноградников, производителей знаменитых сортов вина. Наземная часть круиза посвящена исключительно вину и включает посещения виноградников, виноделен и дегустаций вин. Несмотря на то, что маршрут проходит по Европе, он имеет все основания называться экзотическим».

ОБЕЩАЮТ БУМ

По оценке ведущих операторов, сейчас рынок морских круизов постепенно выправляется после потрясений прошлой зимы. Уже очень хорошо идут продажи на осенние круизы и круизы на Новый год. Компании не ждут от грядущей зимы каких-либо изменений по сравнению с прошлым сезоном, но надеются на рост глубины продаж. «Мы сделаем все возможное, чтобы помочь нашим туристам и агентам понять, что морские круизы — по-прежнему лучший и самый безопасный вид отдыха», — говорит Илья Милитицкий. В компании «Инфлот Круиз энд Ферри» настроены еще более оптимистично. «Мы уверены, что в следующем году начнется круизный бум. Свою роль сыграет отложенный спрос, но главное — скажутся совместные усилия круизных операторов по продвижению продукта на российский рынок. При систематической работе с хорошей маркетинговой поддержкой и рекламой, с формированием русскоязычных групп, качественный продукт всегда найдет своего покупателя», — считает Алексей Ефимов.

Т6

ВИА МАРИС



Морские круизы

Дегустируйте
Мир
с нами



Круизы по всем регионам
от всех круизных компаний

Телефон / Факс:

+7 (495) 565-34-37 (многоканальный)

+7 (343) 287-07-71 Екатеринбург

8-800-555-04-13 (бесплатный)

www.viamaris.ru

 **Holland America Line**
A Signature of Excellence

 **Costa**
CRUISING ITALIAN STYLE

 **Regent**  **CRYSTAL CRUISES**
SEVEN SEAS CRUISES

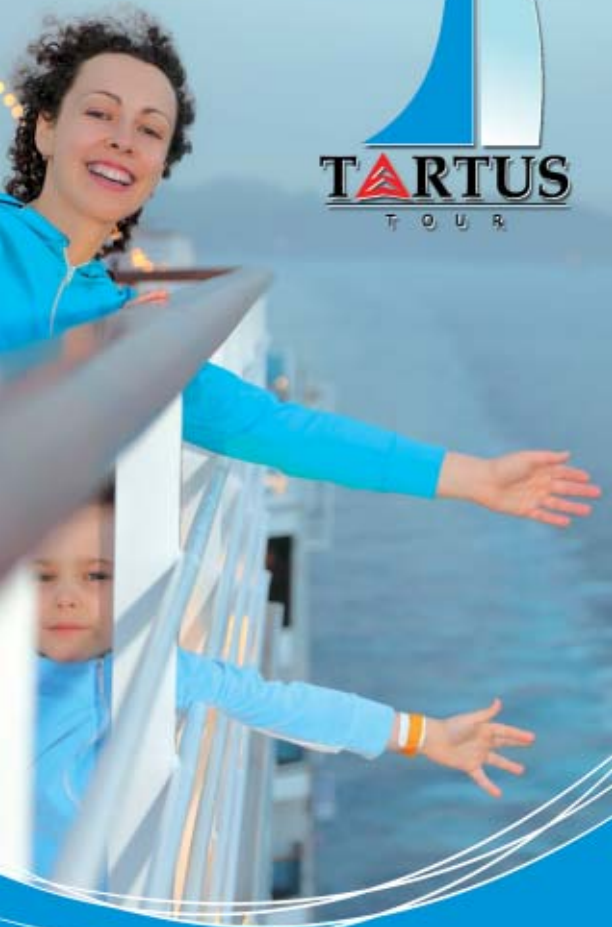
 **STAR CLIPPERS**

 **OCEANIA CRUISES**  **SEADREAM**
YACHT CLUB

 **SEABOURN**

 **NCL**
NORWEGIAN CRUISE LINE
PREMIUM CRUISING

КРУИЗЫ ПО РЕКАМ И МОРЯМ ОТ ТУРОПЕРАТОРА



Круизы сезона 2012-2013
с русскими группами

Круизы на **НОВЫЙ ГОД**
реки Рейн, Дунай, Рона, Меконг
Теплоходы зафрахтованны
для российских туристов

www.tartustour.ru

Россия, Москва
2-я Тверская-Ямская18,
м. Маяковская, офис 201
тел.: +7(499)251-19-83/93
+7(495)545-46-51
e-mail: cruise@tartustour.ru

»» КРУИЗЫ

НОВЫЕ И НЕОБЫЧНЫЕ

ЛАЙНЕР	НАЗВАНИЕ КРУИЗА	МАРШРУТ	ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ
Diamond Princess	«Азиатские жемчужины»	Из Бангкока в Пекин, с посещением Южной Кореи, Китая, Гонконга, Сингапура, Вьетнама и Японии	17 дней
Marina	«Вокруг света»	Вальпараисо – остров Робинзона Крузо – остров Пасхи – остров Питкэрн – Факарава – Бора-Бора – Муреа – Таити	21 день
Crystal Serenity	«Африканские соблазны»	Кейптаун – Уолфиш-Бей – Луанда (Ангола) – остров Сан-Томе – Такоради – Дакар – Агадир – Лиссабон – Саутгемптон	22 дня
Celebrity Xpedition	«Галапагосские острова и Мачу-Пикчу»	Галапагосские острова – Перу	14 дней
MSC Opera	«Одесса – Кейптаун»	Одесса – Стамбул – Катакалон – Дубровник – Венеция – Валлетта – Пальма – Касабланка – Агадир – Дакар – Уолфиш-Бей – Кейптаун	25 дней

Star Clippers зайдет на Кубу

Star Clippers запускает серию круизов по удаленным уголкам Кубы с посещением лучших пляжей, колониальных городов и исторических деревушек острова Свободы

Компания также планирует организовать до и посткруизную программы по исторической Гаване, прославившейся своими сигарами, шумной ночной жизнью, архитектурой. Как сообщили в компании «Виа Марис», первая программа с посещением самых интересных уголков Кубы будет выполняться на паруснике

Star Flyer зимой 2013–2014 годов. Пассажиры Star Flyer посетят пролив Дрейка, Гольфито, регион Коста-Рики, острова Гомес, Игуана, Бальбоа, Сан-Андрес, Провиденсия, Джорджтаун, Малый Кайман, Касильда. В дальнейшем маршрут судна будет меняться, но Куба останется неотъемлемой частью программы.

«Александр Грин» ждет россиян

Начались продажи круиза «Санкт-Петербург – Москва» на новом теплоходе «Александр Грин»

Заместитель генерального директора по туризму компании «Мостурфлот» Светлана Гончарова сообщила, что круиз пройдет 19–26 октября. Теплоход, построенный в 2012 году на верфи братьев Нобель (Рыбинск), всю навигацию работал с иностранными туристами. На судне 56 комфортабельных кают. В каждой каюте есть балкон, двуспальная кровать, душ, туалет, кондиционер, телевизор, фен, сейф, радио, внутренняя и

внешняя телефонная связь, беспроводной интернет, а также спутниковый интернет и телевидение. Пассажирский лифт соединяет все палубы теплохода. Большая верхняя открытая палуба с шезлонгами предназначена для полноценного отдыха. На главной палубе расположены ресторан, бар, парикмахерская, массажный салон, медпункт, зона приема гостей. Судно соответствует повышенным стандартам экологической безопасности.

Неровный пульс сезона

По предварительным данным «Ингосстраха», в первом полугодии 2012 года сбор премии по страхованию выезжающих за рубеж (включая сострахование пассажиров, страхование медицинских расходов, багажа и расходов из-за отмены поездки) составил 386,6 млн рублей, что на 10% больше соответствующего показателя в первом полугодии 2011 года. При этом на региональную филиальную сеть компании приходится более 19% страховой премии.

Компания «Ингосстрах» урегулировала 27015 страховых случаев (на 6% больше, чем за аналогичный период 2011 года). Средний размер выплаты по каждому страховому случаю составляет \$250. К крупнейшим выплатам можно отнести организацию лечения в Испании и Чехии, сумма расходов по которым составила 13000 евро (травма ноги) и 19500 евро (инсульт) соответственно, а также лечение и медицинскую эвакуацию на родину застрахованной, пострадавшей в Андорре на горнолыжном курорте. Расходы в этом случае превысили 12500 евро.

ЕДЕМ-ЕДЕМ-ЕДЕМ

Специально для любителей спорта «Ингосстрах» в первом полугодии разработал и запустил новые страховые продукты — «Едем на футбол» и «Едем в Лондон», которые предлагались футбольным болельщикам накануне «Евро-2012» и российским болельщикам, отправлявшимся на XXX летние Олимпийские игры в Лондон. Новыми продуктами воспользовались 510 человек. По страхованию ответственности туроператоров сборы ОСАО «Ингосстрах» за первое полугодие 2012 года составили 14,3 млн рублей, что на 18% меньше, чем в первом полугодии 2011 года. Выплаты за данный период составили 100,3 млн рублей, что в десятки раз больше показателя первого полугодия 2011 года. Такой значительный рост объясняется проведением выплат пострадавшим клиентам туроператора «Ланта-тур вояж». По состоянию на 30 августа «Ингосстрах» перечислил страховые возмещения 5960 туристам «Ланты» на общую сумму 96,4 млн рублей по 2634 требованиям. Также в первом полугодии «Ингосстрах» завершил выплаты возмещений туристам, пострадавшим от приостановки деятельности туроператора ООО «Компания Лужники тревел». «Ингосстрах» начал производить выплаты с 8 сентября 2011 года. За этот период страховщик перечислил пострадавшим туристам 20,8 млн рублей по 83 заявлениям (по убыткам 200 человек).

ЕСЛИ БЕЗ СПЕШКИ

Важным событием первого полугодия 2012 года стало принятие закона об увеличении финансовой ответ-

ственности туроператоров, которое вызвало много споров, как в страховой среде, так и в туристическом сообществе. «Закон принимался в спешке после банкротства «Ланта-тур вояж» и был принят в сыром и малоэффективном виде, не учитывающем в том числе реальную емкость российского страхового рынка по данному виду страхования, — комментирует Дмитрий Мелехин, начальник управления страхования ответственности ОСАО «Ингосстрах». — К сожалению, предложения страхового сообщества, в том числе по созданию перестраховочного пула, не были учтены при принятии закона. На практике объем финансовой ответственности увеличили лишь несколько туроператоров. Остальные игроки туристической отрасли постарались оптимизировать расходы на страхование, учитывая неоднозначность терминологии новой редакции закона в части определения размера денежных средств, полученных туроператором от реализации туристского продукта. Сегодня остается только ожидать следующего банкротства крупной компании на туристическом рынке, которое, надо полагать, станет катализатором очередного пересмотра законодательства в этой сфере и выбора новой модели функционирования страховых алгоритмов. В частности, можно ориентироваться на модель, принятую в Европе, когда страхуется каждая путевка. В этом случае каждый турист получит полную компенсацию понесенных потерь, а не «пропорциональную», как сейчас. Такая модель позволит страховщику оценить риски и установить адекватную стоимость страхования. Тб

>>> **196,4**

млн рублей страхового возмещения выплатил «Ингосстрах» в рамках программ страхования путешествующих за шесть месяцев текущего года, что примерно равно уровню первого полугодия 2011 года.

ОСАО «Ингосстрах»

Работает на международном и внутреннем рынках с 1947 года. Компания занимает лидирующие позиции среди российских страховщиков по сумме страховых взносов по добровольному страхованию, иному, чем страхование жизни. «Ингосстрах» имеет право осуществлять все виды страхования (с учетом специали-

зации страховщиков), установленные ст. 32.9 Закона РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации», а также перестраховочную деятельность. Компания присутствует в 248 населенных пунктах РФ. Представительства и дочерние компании страховщика работают в странах дальнего и ближнего зарубежья.



Основной партнер

В августе 2012 года страховая компания ERV в России начала сотрудничество с сервисной компанией Euro Alarm Assistance

Еuro Alarm Assistance Prague Ltd является структурным подразделением Euro-Center Holding, холдинга самостоятельных сервисных компаний, охватывающего весь мир сетью своих офисов и ассоциированных участников. Евро-Центр основан в 1973 году. Его создателями и основными акционерами являются шесть страховых компаний группы ERV. Перед лицом наших партнеров и клиентов мы с радостью констатируем переход на новый уровень качества, единый для всех клиентов ERV.

Международная компания Euro-Center Holding управляет одной из ведущих в мире транснациональных ассистанских сетей, специализируется на организации разного рода помощи застрахованным лицам, урегулировании страховых случаев. Штаб-квартира компании с 2012 года находится в Праге.

В связи с постоянным ростом спроса на ассистанские услуги во всем мире, компания с каждым годом расширяет сеть клиентов и партнеров, дополняет перечень услуг в данном секторе, а также увеличивает территорию покрытия. Услуги Euro-Center Holding покрывают все нужды индустрии ассистанса и страхования в международном масштабе.

ВОЗМОЖНОСТИ РАСШИРИЛИСЬ

Офисы Euro-Center Holding успешно функционируют в 13 странах, прямые провайдеры находятся во всех точках мира. Цель холдинга — оперативно организовать помощь клиенту, не оставив его один на один со своими проблемами, в какой бы точке земного шара он ни находился.

Euro Alarm и Euro-Center работают со всеми страховыми компаниями международных групп «Европейское Туристическое Страхование» (ETI Group и ERV Group) — это страховые компании ERV в Германии, Дании, Швеции, Швейцарии, Польше, Финляндии, Великобритании, Испании, Ирландии, Италии, Турции, Португалии, Китае, на Украине, в Таиланде, Мексике, Индии других странах, а теперь и в компании ERV в России. Euro-Center Holding включает множество сервисных компаний по всему миру. Это один из мировых лидеров в оказании помощи туристам и урегулировании убытков. Ежегодно Euro-Center координирует более 160 тысяч страховых случаев по всему миру. Помимо компаний ERV, холдинг сотрудничает с лидирующими страховыми и сервисными компаниями на мировом рынке.

Тем самым ERV, в дополнение к своей базе партнеров, получил доступ к возможностям меж-

дународной сетевой сервисной компании. Это географическое покрытие в мировом масштабе, а также долгая и плодотворная история взаимоотношений с непосредственными поставщиками услуг.

Главное преимущество для клиентов ERV — возможность избежать сложностей в установлении контактов и решении экстренных вопросов в поездке. Теперь этот исключительный уровень услуг доступен всем клиентам, выбирающим страховой продукт ERV как напрямую в интернете, так и у официальных агентов (партнеров ERV). Сотрудники профессионального call-центра призваны обеспечивать круглосуточную поддержку в рамках информационного, медицинского, технического и других видов ассистанса, а также сопровождать урегулирование страховых случаев по всему миру. К услугам клиентов ERV — круглосуточный русскоязычный call-центр и команда высококвалифицированных специалистов Euro Alarm, готовых организовать качественную и оперативную помощь в режиме 24/7/365 в любой точке мира.

«Савитар Групп» как основной партнер ERV в РФ с 2008 года является единственным представителем Euro-Center Holding в России. «Савитар Групп» продолжит обслуживать корпоративных клиентов группы компаний ERV, приезжающих в Россию. ERV также продолжает сотрудничество с сервисной компанией «ЛДМ», которая обслуживает клиентов туроператора Pegas Touristik по определенным направлениям.

КАК РАБОТАЕТ СЕРВИСНАЯ КОМПАНИЯ

В мировой практике страховщики по многим видам страхования прибегают к услугам посредников, которые от имени страховщика организуют услуги и последующую оплату/возмещение. Подобная схема взаимодействия, безусловно, глубоко продуманна, отработана и стандартна. Использование посредников выгодно организационно и материально как застрахованному (в нашем случае — туристу), так и страховщику. Таким образом, страховщик закрепляет процедуру получения услуг по договору в стандартных правилах страхования, полисных условиях, памятках и т.п. При этом действия при наступлении страхового случая строго определены для обеих сторон: как для страховщика, так и для застрахованного (туриста).

Для максимального удобства страховщик дополнительно включает в формат страхового полиса помимо существенных условий, предусмотренных законом, номера телефонов сервисных служб

как единых для всех стран мира, так и прямых в отдельных государствах, в зависимости от технического оснащения и условия сотрудничества страховщика и посредника (в нашем случае — сервисной компании).

При этом сервисная компания работает в круглосуточном режиме, содержит штат координаторов и врачей-экспертов. Разумеется, не в каждой стране мира (а их насчитывается более 230) сервисная компания имеет собственный офис. В связи с этим нормальная практика предусматривает наличие подрядчиков в лице местных ассистирующих компаний, которые также входят в цепочку урегулирования страхового события. Безусловно, сам турист не ощущает столь сложную цепочку, его общение сводится только к общению с call-центром сервисной компании.

Как выглядит протокол оказания услуг, которым руководствуется сервисная компания по поручению страховщика и которому застрахованный также должен следовать?

1. Звонок в сервисную компанию по указанному в полисе номеру телефона до момента получения необходимой помощи/услуги, но в любом случае до возвращения в страну постоянного проживания. Конечно, обстоятельства могут быть настолько критичны, что первую помощь турист получает без привлечения сервисной службы. В этом нет нарушения условий договора, но необходимо помнить, что согласовать свои действия и оплату услуг застрахованный должен сразу же, как только у него появится такая возможность. Особенно это касается госпитализаций, оперативного вмешательства, транспортировки и эвакуаций. Действия сервисной компании в этом случае — идентифицировать застрахованного, классифицировать случай как страховой, оперативно организовать необходимую помощь в рамках условия страхового полиса и обеспечить последующую оплату расходов напрямую медицинскому учреждению или иной организации, минуя участие застрахованного (кроме размера франшизы, если таковая предусмотрена в полисе).
 2. Подключиться к процессу урегулирования случая, если застрахованный уже воспользовался услугами третьих лиц, например, госпитализирован, путем мониторинга события и предоставления гарантий оплат необходимых расходов.
 3. Организовать транспортировку/эвакуацию или репатриацию пострадавшего застрахованного посредством транспортных компаний, медицинского персонала и служб неотложной помощи.
- Способ и характер транспортировки зависят исключительно от объективного состояния >>>

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

>>> В 2011 году сервисная компания Euro Alarm оказала помощь по 13000 случаям, 77% из которых были медицинского характера. Выполнено 737 репатриаций, в том числе 42 случая эвакуации санавиацией.

>>> Наиболее частые направления: Египет, Греция, Турция, Испания, Таиланд, Китай, Австрия, Франция, Италия.

>>> Статистика ERV — за 2011 год урегулировано порядка 16 000 страховых случаев, из них 90% — через сервисную компанию.

>>> За первое полугодие 2012 — порядка 11 000 случаев, из них 90% — также через сервисную компанию.

« Сервисная компания — основной партнер страховщика в организации и оплате необходимой помощи туристам в поездке. Только при сочетании качественного страхового продукта и высокой оперативности координаторов сервисной компании можно с уверенностью утверждать, что клиент находится за рубежом под надежной защитой. Поэтому выбор сервисной компании для страховщика в сфере туризма не менее важен, чем создание новых продуктов и технологий. Ведь турист воспринимает звонок в call-центр сервисной компании как общение с непосредственным представителем страховщика, а не просто с каким-либо доверенным лицом »»

ЮЛИЯ АЛЧЕВА

Исполнительный директор страховой компании ERV (Европейское Туристическое Страхование)

здоровья пострадавшего, административных правил страны пребывания, расписания рейсов и маршрутов транспортных компаний и т.п.

4. В каждом случае, когда это объективно необходимо, сервисная компания находится на прямой связи с представителем страховщика, родственниками застрахованного и иными лицами, участвующими в урегулировании страхового случая.

С УЧЕТОМ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ

Теперь хочется добавить, какие обстоятельства могут повлиять на протокол и внести коррективы в эту схему, как необходимо к этому относиться и что учитывать.

1. За рубежом не применяется практика вызова врача на дом, схожая с привычной нам услугой ОМС и службой «03», кроме случаев, когда есть прямая угроза жизни и здоровью. Только в этом случае к застрахованному будет направлена бригада скорой помощи.

2. Учитывая изложенное в пункте 1, застрахованному могут предложить обратиться в ближайшее медицинское учреждение, которое укажет координатор сервисной службы, в зависимости от характера события, необходимой помощи и места расположения. При этом в данное учреждение будет направлена гарантия оплаты необходимой

помощи, которая позволит застрахованному не нести прямых расходов.

3. В небольших городах зарубежных стран, в вечернее время, а также в выходные и праздничные дни организация помощи зачастую возможна только посредством государственных учреждений на общих правах, распространяющихся как на местное население, так и на туристов.

4. На островах, в горах и иных труднодоступных районах практика подключения местных служб спасения, береговых патрульных и иных государственных сил единственно возможная. В подобных ситуациях протокол организации помощи строго регламентирован законом страны пребывания.

5. Отказ от принятия гарантий на оплату частными практикующими врачами или клиниками также возможен и легитимен (по законам страны пребывания), при этом средства воздействия ограничены и разумны. В подобных случаях застрахованному необходимо оплатить расходы на месте с последующим обращением к страховщику за возмещением.

Находясь в другой стране, не всегда владея иностранным языком и не зная закона чужого государства, только адекватное отношение и взаимопонимание сторон может избавить нас от осложнений и проблем и без того в непростой ситуации.

Тб

Примеры расходов

15 минут использования вертолета в Европе для доставки пострадавшего с горнолыжного склона в ближайшую больницу — 1500 евро.

1 койко-день в Европе — 800 евро (без операций).

Оперативное вмешательство в случае спортивных травм — от 10000 евро.

Транспортировка на родину после госпитализации в странах Юго-Восточной Азии, когда рейс уже пропущен, — от 80000 рублей.

Эвакуация в сопровождении медицинского персонала — от 250 000 рублей.

Госпитализация в случае острого пищевого отравления в странах Юго-Восточной Азии — от 3000 долларов США. Госпитализация по поводу аппендэктомии — от 13000 евро в Европе, от 8000 долларов в Египте, от 14000 долларов в Таиланде.

Посмертная репатриация в среднем — от 5000 долларов Египте, от 10000 долларов в Таиланде, от 15000 долларов в Китае, от 8000 евро в странах Евросоюза.



Пишите письма

Большинство жалоб российских туристов связаны с мошенничеством турфирм

За период с мая по август в правовую службу АТОР поступило около 200 обращений по телефону и электронной почте. 61% из них — от туристов, 32% — от турагентов и 7% — от туроператоров, не состоящих в АТОР. Наибольшее число обращений связано с мошенническими действиями российских турфирм, что неудивительно: стоит лишь вспомнить исчезнувшую с рынка сочинскую компанию «Объединенные курорты» и недавнюю историю с московским турагентством «Джулия Трэвел».

Руководитель правовой службы АТОР Надежда Ефремова отметила, что один из самых частых вопросов, волнующих туристов, — как вернуть деньги, заплаченные «Объединенным курортам» (около 50 заявок). На втором месте — вопросы по турам в Турцию, далее следует Египет (8%), потом Болгария, Греция и Италия. Люди, в частности, интересовались крушением лайнера Costa Concordia и банкротством авиаперевозчика Wind Jet. Чаще всего в АТОР звонили и писали москвичи (24%), жители Санкт-Петербурга (5%), туристы из Нижнего Новгорода и Краснодара (по 4%).

«Главной причиной обращения в АТОР является мошенничество туроператоров и турагентств. На втором месте — аннуляции туров и удержание турфирмами понесенных расходов, на третьем — претензии к отелям и банкротства туроператоров. Люди до сих пор спрашивают о банкротствах ИТС, «Ланты» и даже «Капитал Тура». Далее следуют вопросы о надежности того или иного туроператора. Причем, как ни странно, люди сначала полностью оплачивают тур, а потом звонят нам и спрашивают, верен ли их выбор. Многих турагентов, туроператоров и даже туристов волновали новые поправки в туристический закон. Около 3% обращений касаются виз, авиаперелетов и страховок», — рассказала Надежда Ефремова. Она особо отметила, что по сравнению с прошлым годом количество туристов, различающих турагента и туроператора, увеличилось. Тех, кто не понимает разницы, сегодня всего 16,5%. «Растет процент людей, которые понимают, как устроен турбизнес и кто за что отвечает. Это не может не радовать», — подытожила Надежда Ефремова.

Вокруг долга

Компания «АльфаСтрахование» платит клиентам обанкротившегося туроператора «Вокруг света»

На конец августа страховое возмещение перечислено 160 пострадавшим клиентам. Общее количество пострадавших, в соответствии со списком, полученным от оператора, составляет 188 человек, а требования на выплату компенсаций были получены от 167 клиентов.

«АльфаСтрахование» обещает, что возместит всем пострадавшим туристам сумму реально ущерб, подтвержденного документально, по претензиям, поданным в период действия финансового обеспечения. При условии, что неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств произошло также в течение срока действия договора. Туристы, еще не подавшие требования на выплату компенсаций, могут найти список документов, необходимых для получения страхового возмещения, а также типовую форму требования о выплате на официальном сайте страховщика.

28 июня на сайте «Вокруг света» появилась информация о том, что оператор не в состоянии выполнять финансовые обязательства перед гражданами и юридическими лицами. Выплата компенсаций туристам за неоказанные услуги будет производиться в установленном законом порядке. Фирма работала на рынке с 2003 года, с 2009 года предоставляла свои услуги под торговой маркой Exotico. Туроператор специализировался на продаже туров в Юго-Восточную Азию, прежде всего во Вьетнам. В текущем сезоне компания также вышла на греческий рынок. Эксперты не сомневаются, что страхового покрытия хватит для выплаты компенсаций всем пострадавшим туристам — туроператор «Вокруг света» был сравнительно небольшой компанией.



»»» Главной причиной обращения в АТОР является мошенничество туроператоров и турагентств. На втором месте — аннуляции туров и удержание турфирмами понесенных расходов, на третьем — претензии к отелям и банкротства туроператоров.

Группа «АльфаСтрахование»

Входит в состав финансово-промышленного консорциума «Альфа-Групп». Группа предлагает более ста страховых продуктов, включая продукты по страхованию жизни и страхованию от несчастного случая. На территории России страховую деятельность осуществляют

более 400 региональных представительств. Услугами группы пользуются свыше 12 млн частных клиентов и более 323 тысяч компаний. Имеет международный рейтинг финансовой устойчивости Fitch и высший рейтинг надежности A++ рейтингового агентства «Эксперт РА».



Увеличить тарифы

Чтобы эффективно защищать права туристов в аэропортах и на авиарейсах, тарифы на страхование надо увеличить как минимум в полтора раза

Специалист управления развития розничной сети петербургского филиала страховой компании «Мастер-Гарант» Екатерина Кирий полагает, что одновременно с ростом тарифов надо ускорить и выплаты. «Сегодня выплаты по всем рискам в сфере туризма затягиваются на 2–3 месяца, — констатирует она. — А надо, чтобы они происходили быстро — в течение 15 дней». Недавний случай с банкротством Wind Jet наглядно продемонстрировал преимущества организованных туристов. «Пока что лучше покупать билеты через туроператора, заключая с ним договор на оказание туруслуг, — отмечает эксперт Ассоциации профессиональных страховых брокеров России Светлана Бугаева. — Это позволяет получить дополнительное ответственное звено в случае возникновения проблем с перелетом».

По мнению руководителя Комиссии по страхованию Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» в Петербурге Егора Шадурского, новый закон внесет улучшения в регламент получения выплат.

Совместный проект

Sabre Travel Protection позволяет агентам оформлять полисы страхования выезжающих за рубеж в момент бронирования путешествия

Сabre Travel Network и компания «Альфа-Страхование» заключили партнерское соглашение, согласно которому туристические агентства смогут оформлять полисы страхования выезжающих за рубеж в момент бронирования путешествий через систему Sabre, используя продукт Sabre Travel Protection. Продукты «АльфаСтрахования» станут доступны агентам Sabre по всей России.

Высокотехнологичный продукт Sabre Travel Protection открывает целый ряд новых возможностей для турагентств, сокращая время выполнения процедур по оформлению страховых полисов, повышая производительность работы и укрепляя лояльность клиентов. Sabre Travel Protection имеет графический интерфейс и полностью синхронизирован с рабочим пространством Sabre Red Workspace, что позволяет отображать информацию по оформленному страховому полису в виде сегмента в бронировании путешественника (PNR). Оформленный через Sabre Travel Protection страховой полис может быть распечатан на обычной бумаге формата А4.

ж у р н а л
Турбизнес
Travel Trade Russia

продолжает подписку на 2013 год



Стоимость подписки

(16 номеров - 16 выпусков), включая НДС 18% - 4153,60 руб.

Подписчикам журнала гарантируется:

доставка журнала по Москве – курьерской службой, доставка журнала по регионам – почтой, бесплатное получение тематических приложений, пригласительных билетов и путеводителей по туристическим выставкам, информационных материалов ведущих туроператоров.

Дополнительная информация:

Отдел распространения ИД «Турбизнес», тел. (495) 723-72-72,
e-mail: l.tarasyuk@tourbus.ru

✂ Подписной купон

Фирма _____

Профиль деятельности _____

ФИО и должность получателя _____

Индекс _____ Факт.адрес _____

Тел./факс _____

e-mail _____

www _____

ИНН _____

КПП _____

Наши реквизиты:

ООО ИД «Турбизнес», ИНН 7743553760, КПП 774301001, ОАО МКБ «Замоскворецкий»
Г. Москва, БИК 044583636, р/с 40702810100000003981, к/с 30101810400000000636

Излечимая болезнь

Человеку свойственно стремиться к совершенству. Людей, которые особенно усердствуют в этом, называют перфекционистами, от английского слова perfect – великолепный, идеальный, превосходный.

ТЕКСТ АНАСТАСИЯ МАРТЫНОВА

Хорошо это или плохо? Это зависит от того, насколько далеко у вас заходит подобное стремление. Даже в среде перфекционистов существуют такие люди, у которых желание быть идеальными становится маниакальным. Предлагаем определить с помощью небольшого теста, как обстоят ваши дела в области стремления к совершенству.

НАСКОЛЬКО ВЫ ПЕРФЕКЦИОНИСТ?

Ответьте на предложенные утверждения отрицательно или положительно.

1. Я должен всегда контролировать свои действия.
2. Для меня не имеет значения, выгляжу ли я безупречно.
3. Я хочу предвидеть ситуацию, прежде чем она произойдет.
4. Я получаю удовольствие от дел, в которых могу в наивысшей мере реализовать свой потенциал.
5. Я всегда рад критике в свой адрес, если она помогает мне достичь совершенства.
6. Я не стремлюсь показать себя с лучшей стороны в общении с людьми.
7. Я часто критикую себя за ошибки или мелкие недостатки.
8. Я считаю, что я постоянно сомневаюсь в правильности своих решений.
9. Я легко отказываюсь от своих достижений и концентрируюсь на недостатках, которые я вижу в себе.
10. Для меня неудача в деле — это, прежде всего, опыт, который в другой ситуации поможет мне добиться успеха.
11. Я всегда хочу знать правильный ответ и быть идеально осведомленным.
12. Я не готов рисковать, если не уверен, что есть шанс на успех.
13. Гораздо чаще я задумываюсь о своих достоинствах, нежели о недостатках.
14. Успех в деле не всегда приносит мне удовлетворение.
15. Я с радостью берусь за необычные дела, потому что всегда надеюсь на успех.
16. Когда я понимаю, что выполнил задание на высоком уровне, то я всегда чувствую удовлетворение и эмоциональный подъем, независимо от того, оценивают ли этот результат по достоинству.

Подсчет результатов:

- 1, 3, 7, 8, 9, 11, 12, 14 — за каждый положительный ответ +2 балла
 2, 4, 5, 6, 10, 13, 15, 16 — за каждый положительный ответ +1 балл
 Суммируйте полученные баллы.

Менее 6

У вас слабо выраженный перфекционизм. Не расстраивайтесь — его можно и нужно развивать. Не бойтесь ставить смелые цели. Если все время мельчить, то вы рискуете упустить все возможности для развития себя и своей карьеры. Есть один хороший рецепт для того, чтобы начать контролировать свою

жизнь. Планируйте не то, что вам нужно сделать, а то, кем вы хотите стать — через год, через 5 лет.

Представьте четко, кем вы хотите быть. Зафиксируйте этот образ — нарисуйте или напишите на листе бумаги.

Описать можно конкретные умения, навыки, образ жизни, место жительства — все то,

чем вы хотите и имеете смелость наградить ваше будущее я.

После этого можете убрать листочек на некоторое время, а через неделю или две вернуться к нему. Вы удивитесь, когда поймете, что, если вы закинули удочку в будущее, ваше настоящее начинает меняться само собой.

От 6 до 16

Вы позитивный перфекционист, поздравляем! Вы умеете ставить перед собой разумные, трезвые задачи и идти к ним уверенной походкой. Вы не гонитесь за результатом, способны учиться на собственных ошибках. Таких людей часто отличает спокойное восприятие чужой критики в свой адрес. Вы внимательно выслушиваете замечания, учитываете их, и в следующий раз результаты вашей работы удивляют более высоким уровнем исполнения. Любую ситуацию в жизни вы готовы рассматривать, как возможность научиться и стать тем, кто вы есть — в лучшем своем проявлении. Есть одна опасность — если вы начнете ставить завышенные цели, то можете перейти в группу «негативных» перфекционистов, так как усилий для достижения масштабных целей требуется намного больше и эта гонка может захватить вас полностью. Очнувшись, вы поймете, что потеряли бездну времени в погоне за химерами, в то время как реальные дела, которые вам по плечу, вы попросту перестали замечать.

От 16 до 24

Ваш перфекционизм очень велик. Из-за этого вы не можете насладиться процессом деятельности. Вы всегда себя критикуете и считаете, что могли бы сделать еще лучше. Часто вы не можете приступить к выполнению работы из-за того, что заранее уверены, что не сможете выполнить ее идеально. Это очень тормозит вас в движении вперед. Возможно, вы боитесь того, что, не демонстрируя идеальный результат, вы абсолютно бесполезны. Или уверены в том, что близкие не будут любить вас таким, какой вы есть. Важно понять, что это ваше собственное заблуждение, искажение реальности. Целенаправленно учитесь отдыхать. Не думайте каждую секунду о том, сколько у вас еще невыполненных дел. Научитесь получать удовольствие от простых повседневных вещей, и вы увидите, как улучшится ваша жизнь и насколько возрастет эффективность вашего труда.



Компания ООО «Амстел»

»»» Наша компания является российским представительством крупного европейского туроператора ADEX International и работает с 1996 года. Изначально фирма открывалась в качестве технического офиса для оказания помощи и визовой поддержки крупным клиентам ADEX International. Но со временем мы выросли от однокомнатного офиса с тремя сотрудниками до полноценного туроператора с коллективом в 12 человек и агентской базой в 400 компаний. Основные направления нашей деятельности – Германия, Бенилюкс и другие страны Европы. Одновременно мы продолжаем оказывать услуги в России партнерам ADEX International и, несмотря на фактическую конкуренцию, остаемся со всеми в дружеских отношениях.



Понедельник

Наша любимая Европа всесезонна, поэтому в любое время года неделя начинается бурно и непредсказуемо. Особенно нас радуют визовые курьеры, которые, возвращаясь в офис, очень часто привносят в наши знания о людях новые краски и впечатления. Вот и на сей раз «голландский» курьер не подвел. Утром, сдавая документы в визовом центре, он стал свидетелем комичной ситуации: два персонажа в спортивных костюмах, причем не первой свежести, заходят в помещение этой серьезной организации и достают из карманов паспорта граждан одной из соседних республик СНГ. Один из них заявляет с сильным южным акцентом: «Мы хотим поехать в Бельгию!» Изумленный сотрудник визового центра, глядя на такой скудный комплект документов, зада-

ет первый пришедший в голову стандартный вопрос: «Уточните, пожалуйста, цель вашего визита». На что получает лаконичный и не терпящий возражений ответ: «Навсегда!» В абсолютной тишине сотрудник робко повторяет свой вопрос, в ответ на что другой «товарищ» недоуменно улыбается и искренне, немного громче, чем его друг, повторяет: «Да, навсегда!» Далее в визовом центре происходит мизансцена, которую обычно показывают по каналу Euronews в рубрике No comments.

Вторник

Сегодня в офис вальяжной походкой от бедра вошел чернокожий парень, одетый в стиле рэперов 1990-х годов, не говорящий ни на каком языке, кроме плохого английского и своего род-

Трэвел», Москва



ного. Как позже с грехом пополам выяснилось, какого-то наречия одного из племен Ганы. Как ни странно, знатоков данного иностранного языка у нас в офисе не нашлось и пришлось расспрашивать посетителя на английском.

После 15-минутного «допроса» парень сдался и к нашему всеобщему удивлению сообщил, что «он — не вор и не шпион», а просто хочет уехать в Германию в очень дорогой тур, будучи гражданином Ганы. Мы не стали его расстраивать своими подозрениями об истинной цели поездки и, сославшись на то, что никого, кроме граждан России, не обслуживаем, отправили клиента в офис напротив, где находится компания, продающая билеты в Юго-Восточную Азию. Пусть коллеги тоже порадуются.

Среша

Менеджер по Германии долго возмущался тем, что тур, который он рассчитал для одной корпорации, оказался им слишком «бледным». Даже несмотря на то, что в него были включены тестовые заезды на «Феррари» и «Мазератти». Клиенты ожидали несколько большего. На письмо с вопросом, что же именно они хотят испытать в ходе поездки, пришел прямой и гениальный ответ. Директора корпорации сообщили, что могут проехаться на таких авто и в Москве, но не отказались бы от заезда по трассе «Формулы-1», причем желательно без инструкторов, чтобы «никто не ограничивал радости от полета». Менеджер впал в депрессию, но пообещал очень постараться и ушел на обед.

Чемберс

С утра все было скучно и по-рабочему, но в обед позвонила знакомая девушка, которая в посольстве Нидерландов отвечает за решение проблем их граждан, попавших в беду на территории России. Поведала, что вчера на таможне в Москве были задержаны двое «детей природы» отроческих лет, прибывших из Амстердама с полными карманами «колдовского» зелья. На вопрос таможенников, зачем они привезли все это с собой, те невозмутимо и честно ответили: им рассказали, что в России зелье дорого стоит, не везде есть и очень дурного качества.

На вопрос же, кто это их так детально проинструктировал, они заявили: «Хороший знакомый, но из его контактов у нас только страница в социальной сети». И тут же с радостью предоставили ее адрес. Хочется пожелать наивным голландцам, чтобы сотруднице посольства удалось добиться их возвращения на родину.

Пятница

Конец рабочей недели, само собой разумеется, — праздник для любого россиянина. Наш коллектив — не исключение. С самого утра все сотрудники в приподнятом настроении и мыслями уже на отдыхе, но не тут-то было. С туристами нужно быть всегда начеку и раньше времени расслабляться нельзя. У одной дамы, нашей клиентки, в Брюсселе украли сумку с документами. Наш менеджер принялся прочитывать и уточнять варианты ее возвращения на родину. Она же по телефону кричит, что у нее уже нет средств на «поесть — попить», а свои покупки и личные вещи продавать она не собирается.

Другая семья приехала в аэропорт с целью отбытия на отдых, но забыв при этом нотариально заверенное согласие на вывоз ребенка от отца, который оставался в России. Наш курьер включил крейсерскую скорость и помчался сначала к ним домой, а потом в аэропорт. Словом, пятница — это, конечно же, праздник, и у некоторых людей даже укороченный день, но все эти радости жизни еще надо заслужить.

ДНЕВНИК ВЕЛИ АНДРЕЙ АВДОНИН,
ТАМАРА ДЕВОЯН, СВЕТЛАНА РАМАНОВА

ПОДГОТОВИЛА СВЕТЛАНА ФУНТУСОВА

Tourbus.ru



**Интернет-портал
ИД «Турбизнес»
www.tourbus.ru —
ваш активный
помощник
и деловой партнер**

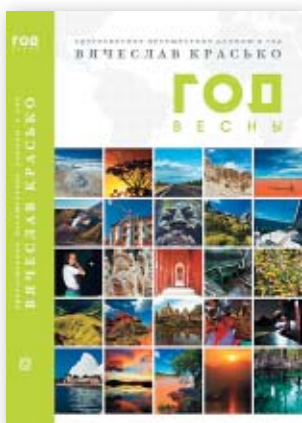
- 📌 **главные новости турбизнеса и мнения экспертов**
- 📌 **анонсы выставок, workshop и других деловых мероприятий**
- 📌 **мастер-классы туроператоров и консультации специалистов**
- 📌 **онлайн-версия «Турбизнеса» и тематических выпусков**
- 📌 **ежедневная новостная рассылка (14 тысяч подписчиков)**



Сделал сам

По-разному приходят книги в этот мир. Одна просто и незаметно занимает свое место в уголке полки. Другую в книжной лавке в присутствии нескольких десятков покупателей скромно представляет столь же скромный автор. Книгу «Год весны» ее автор — **ВЯЧЕСЛАВ КРАСЬКО**, обладающий актерскими способностями, представил в виде моноспектакля в двух отделениях на одной из самых престижных столичных сценических площадок, да еще в сопровождении собственных кино- и фототрофеев.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ



Красько В. Год весны: Кругосветное путешествие длиной в год. — М.: ИД «Постум», 2012. 413 с. 15 000 экз.

Стоила ли овчинка выделки? Безусловно. С формальной точки зрения «Год весны» — это путевые заметки русского вояжера нового поколения и новой формации о кругосветном путешествии, совершенном в течение календарного года. Заметки, которые со временем займут, без сомнения, весьма видное место в ряду себе подобных. Путешествие было спланировано так, чтобы застать разгар весны как в Северном, так и в Южном полушариях. И путь — другим на зависть, простое перечисление стран чего стоит: Иран, Индия, Китай, Непал, Таиланд, Индонезия, Австралия, Новая Зеландия, Аргентина, Боливия, Мадагаскар. Но было бы в высшей степени неверно представлять книгу Красько только как путевые заметки, роман путешествия с элементами автобиографии. Сам автор определяет свое творение как описание странствия от себя вчерашнего к себе сегодняшнему. Чего только на этом

пути не встретишь — от подъема на индонезийский вулкан до прыжка на тарзанке с высоты 40-этажного дома. Лирические и философские отступления-новеллы, отрывки из любимых книг, поразительное разнообразие человеческих типов, встречаемых по всему «шарику»... Словом, все по заключению Марка Твена: «Я узнал, что нет лучшего способа узнать, нравится ли вам человек или вызывает отвращение, чем отправиться с ним в путешествие». Особенно увлекателен рассказ о живании автора в мир аргентинского танго.

Но суть опять-таки не в этих ярких красках, а в картине, которая этими красками пишется. «Картина» повествует о том, как молодой, исключительно успешный финансовый топ-менеджер, достигший, кажется, всего, чего можно достичь в его возрасте, почти в буквальном смысле бросает все, берет билет в один конец и, сбегая от доставшей его рациональности бытия «от сих до сих», отправляется бродить по свету «нетореными», старинным словом говоря, дорогами. Сделал то, чего, по собственному признанию, больше всего боялся, а на самом деле больше всего хотел.

«Все всегда уезжают навсегда. Вернуться невозможно — вместо нас всегда возвращается кто-то другой», — говорил один литературный герой. И Красько вернулся другим, причем этот «другой» Красько — что совсем не удивительно — не вернулся в свой офис к привычным реальностям финансового мира. Вполне естественно, что с нажитым в процессе уникального путешествия моральным и жизненным капиталом он пожелал поделиться с другими: не раз в своей книге он намекает на то, что подобных ему в его поколении много — как в России, так и за ее пределами.

«Позволь миру изменить себя — и ты сможешь изменить мир». Красько пришел, основав собственную фирму, соименную книге, в туристический бизнес. «Так появился оператор путешествий «Год весны», — пишет Красько. — В нем я воплотил свое знание бизнеса и лучшие маршруты, описанные в моей книге. Он позволит и вам отправиться в путешествие, которое меняет взгляд на мир».

Наверное, мало чей путь в туризм был столь же длинен — если судить хотя бы по количеству пройденных километров. Конечно, рекомендуя будущим путешественникам «горячие» пятерки самых интересных в мире событий и лучших европейских городов, семь (а как иначе?) главных чудес света, лучшие места для тревел-шоппинга, автор вызывающе субъективен. Объективно другое — новый бизнес в сфере туризма. **Тб**



ВЕДУЩИЕ РОССИЙСКИЕ БИЗНЕС-ОТЕЛИ, КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ И MICE-КОМПАНИИ В ОДНОМ КАТАЛОГЕ!

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ
 УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ

9^й
 ВЫПУСК

гостиницы • конгресс-центры • выставочные комплексы • MICE-компании

ТИРАЖ:
 10 000 экз.

ДАТА ВЫХОДА:
 1 марта 2013 г.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:
 вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг и MICE-компаний, на специализированных выставках и workshop

СОВМЕСТНОЕ ИЗДАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА CONFERENCE.RU, ЖУРНАЛОВ BUSINESS TRAVEL И «ТУРБИЗНЕС»

conference.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
BUSINESS TRAVEL

Турбизнес
 ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Дополнительная информация о размещении в каталоге

тел./факс: (495) 723-7272
 e-mail: catalog@tourbus.ru

www.vipservice.ru

Мы все мечтаем

о надежных онлайн-решениях

и очень переживаем, когда

приходит время делать выбор

Портбилет — онлайн-решение для поиска, бронирования и продажи билетов

- Простой и интуитивно понятный интерфейс
- Высокая скорость обработки заявок
- Матрица лучших цен, учитывающих большое количество критериев
- Автозаполнение всех данных на постоянных клиентов, которые сохранены в Личном кабинете
- Формирование анкет на визы в страны, где при оформлении билета это необходимо
- Автоначисление бонусных баллов в системах лояльности авиакомпаний альянса SkyTeam
- Эффективный алгоритм учета результатов продаж, интеграция с 1С
- Круглосуточная поддержка по телефону, электронной почте, онлайн
- Постоянное совершенствование функционала с учетом меняющихся потребностей пользователей
- Уникальные коммерческие условия
- Бесплатное подключение, отсутствие абонентской платы
- Доступ к наиболее востребованному инвентарю авиакомпаний, железнодорожных перевозчиков, гостиниц и страховых компаний
- Обучение персонала
- Быстрое формирование временных рабочих мест в пиковые сезоны
- Возможность ускоренной реализации невостребованных билетных блоков
- Возможность создания собственной субагентской сети для увеличения объема заказа и получения дополнительной комиссии

Москва
Переведеновский переулок
д. 17, к. 1, офис 203

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

«Випсервис» — лидер российского рынка продажи авиационных и железнодорожных билетов с 1995 года

Випсервис 

Мы работаем так, чтобы нас
выбирали сердцем