

№1 Январь-Февраль 2013 www.tourbus.ru

Турбизнес

Travel Trade Russia



ГОСТИНИЦЫ



12+



WWW.BREEZE.RU

КРУИЗЫ
ОТ БРИЗА

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

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

ВЕСЕННЯЯ СЕРИЯ – 2013

18 – 19 марта

Казань – Самара

500 агентств из нескольких городов Поволжья

25 – 29 марта

Ставрополь – Краснодар – Ростов-на-Дону – Волгоград – Саратов

Юг России. Более 1000 профессиональных контактов

28 – 29 марта

Киров – Нижний Новгород

Крупнейший workshop в столице Поволжья

2 – 5 апреля

Челябинск – Уфа – Пермь – Ижевск

Эффективные деловые встречи на Урале

8 – 10 апреля

Омск – Тюмень – Сургут

Главное b2b-мероприятие в Западной Сибири

18 апреля

Баку

Единственный профессиональный workshop в Азербайджане

23 – 24 апреля

Мурманск – Архангельск

Расширяем бизнес на Северо-Западе России

→ **Стоимость участия в workshop:**
один город – 15 тыс. руб., Баку – 17 тыс. руб.

В стоимость участия входят:

предоставление рабочего места, рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение посетителей, размещение информации в полноцветном каталоге workshop и на сайте «Турбизнес», экскурсионное обслуживание (цены указаны без учета НДС 18%)

Стоимость семинаров:

20 мин. – 4 тыс. руб., 30 мин. – 6 тыс. руб., 40 мин. – 8 тыс. руб.

→ **Дополнительно предлагаем:**

- доставку материалов в города проведения workshop (46 руб./кг)
- пакеты обслуживания (5 тыс. руб. при одноместном размещении в одном городе, 7 тыс. руб. при двухместном размещении, включая трансферы и проживание)
- размещение рекламы в каталоге workshop (от 5 тыс. руб.)
- заочное участие в workshop (6,5 тыс. руб.)
- индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ

Организатор:

Workshop
ТУРБИЗНЕС



Испания – страна-партнер workshop «Турбизнес»

→ **Отдел workshop «Турбизнес»**

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

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Турбизнес

Travel Trade Russia

Генеральный директор
ИВАН КАЛАШНИКОВ

Заместитель генерального директора,
главный редактор
ЕЛЕНА БОРИСОВА

Заместитель главного редактора
ЯН ХВИЛЕР

Заместитель главного редактора,
главный художник
АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

Корректор
МАРИНА МАРТЫНОВА

Художник
ВЛАДИСЛАВ СУРОВЕГИН

Дизайнер
СВЕТЛАНА ОБУХОВСКАЯ

Редактор сайта www.tourbus.ru
МИХАИЛ ШУГАЕВ

Отдел рекламы ОЛЬГА МАЛЬЦЕВА,
НАТАЛИЯ ЖЕЛЕЗОВА,
АНАСТАСИЯ ПШЕНИЧНАЯ
reclama@tourbus.ru

Отдел распространения
ЛАРИСА ТАРАСЮК
Ltarasyuk@tourbus.ru

Отдел workshop ЛЮДМИЛА СИВОВА
workshop@tourbus.ru

Шеф-редактор выпусков Detinations
АЛЕКСАНДР ПОПОВ
a.porov@tourbus.ru

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

Интернет www.tourbus.ru

Журнал «Турбизнес
на Северо-Западе» (СПб)
(812) 335-08-83, 310-32-45
E-mail tourbus@westcall.net

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВЫЙ ТУРИЗМ
BUSINESS TRAVEL

Destinations
ТУРБИЗНЕС

Пять звезд
ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС

ТУРБИЗНЕ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ И СЕВЕРНО-ЗАПАДНЫЙ РЕГИОН

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...

Дубай является кандидатом на проведение Всемирной выставки EXPO 2020. Заявленная тема проекта – «Объединяя людей, создаем будущее». В настоящее время команда архитекторов и дизайнеров ведущих международных компаний разрабатывает генеральный план площадки проведения EXPO 2020. Прогнозируется, что если Дубай одержит победу в конкурсе на проведение Всемирной выставки, за 6 месяцев 2020 года эмират посетят не менее 25 млн человек.



В НОМЕРЕ

СОБЫТИЯ

- 2 Израиль: перестройка
- 13 Министры приедут на МИТТ

7 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК –

РОССИЯ

АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

- 10 Взялись за гуж
- 12 Почему штормит круизный рынок
- 14 РЕДАКЦИОННАЯ ПОЧТА

ТЕМА НОМЕРА

- 16 Семь раз отмерь
- 18 По своим местам
- 20 Принцип матрешки
- 26 Кредо Вальтера Нойманна

28 РЕГИОНЫ РОССИИ

32 ПРОФЕССИОНАЛ

ТРАНСПОРТ

- 36 «Железные» инвестиции
- 39 Мода на «Е»-идеи

РЫНКИ

- 40 Альпы, Австрия, активно
- 42 Израиль: путешествие путешественников
- 45 Прямым перелетом в космос
- 48 Все мечтают о морях и кораллах
- 50 Пустыни и оазисы Туниса
- 52 Узнайте больше о Китае

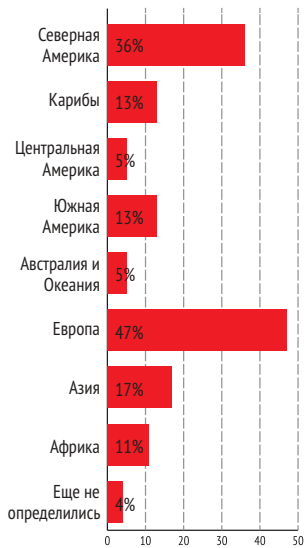
54 КРУИЗЫ

60 РАБОЧАЯ НЕДЕЛЯ

62 VIP-КЛИЕНТ

64 ГОД В ИСТОРИИ

КУДА ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ ПОЕХАТЬ В 2013 ГОДУ



Источник: голосование на сайте Independenttraveler.com, возможны несколько вариантов ответов

»» **32** млрд долларов США – таков, по мнению экспертов Jones Lang LaSalle's, будет объем сделок с гостиничной недвижимостью в мире в 2013 году.



Новый пекинский

Власти Китая утвердили проект строительства нового аэропорта в Пекине, стоимость которого оценивается в 11 млрд долларов (70 млрд юаней).

Первых пассажиров воздушная гавань примет в 2018 году, а на полную мощность начнет работать в 2025 году. Новый аэропорт рассчитан на обслуживание до 70 млн пассажиров в год. Как планируется, здесь будет семь взлетно-посадочных полос (шесть для гражданских воздушных судов, одна — для военных). С центром Пекина аэропорт свяжет специальная 37-километровая железнодорожная ветка, время в пути составит около 30 минут.

Ныне действующий пекинский аэропорт Шоуду («Столичный») сегодня занимает второе место в мире по пассажиропотоку, уступая по этому показателю лишь аэропорту в Атланте. В 2011 году он принял свыше 81 млн пассажиров. Эксперты констатируют, что Шоуду работает на пределе своих возможностей, а турпоток в Китай между тем растет. В ближайшие три года власти КНР планируют открыть 70 новых аэродромов и отремонтировать около ста действующих воздушных гаваней.

»» **74** млн пассажиров перевезли российские авиакомпании в 2012 году. По сравнению с показателем 2011 года пассажиропоток вырос на 15,4%.

Израиль: перестройка

Центр содействия инвестициям министерства туризма страны одобрил заявки на получение грантов на восстановление и перестройку 13 гостиниц в Иерусалиме, Ашкелоне, Акко, Хайфе, Нагарии, Кфар-ха-Хореше, Тиверии и Эйн-Гева.

«Министерство туризма считает крайне важным развитие и восстановление туризма в южных недавно пострадавших регионах, — говорит министр туризма Израиля Стас Мисежников. — Перестраивая обычные здания в гостиницы, мы реализуем проект,

который приведет к усилению конкуренции и снижению стоимости отдыха в стране». Количество гостиничных номеров увеличится, по расчетам, на 470. Общий объем инвестиций в проект — около \$40 млн. Сумма предоставленных грантов — \$9 млн. Здание казино в Хайфе (на фото) будет перестроено в гостиницу первого класса на 54 номера, стоимость работ составит \$5,48 млн. Стоимость перестройки 64 номеров на базе отдыха около городов Кфар-ха-Хореш и Назарет, которая занимает площадь более 40 тысяч квадратных метров, составит около \$8 млн. Всего на базе отдыха запланирована постройка 85 объектов для туристов (включая 10 новых номеров), уже работает спа-центр. В Иерусалиме и Тиверии, где гранты могут составлять до 28%

всей суммы инвестиций, получили одобрение 6 заявок на большие гранты, общая сумма вместе с инвестициями составляет более \$12,3 млн. Среди заявленных проектов: перестройка гостиницы Leonardo Hotel в Тиверии, перестройка в гостиницу на 21 номер детского сада в Иерусалиме в здании Юношеской христианской ассоциации и ее слияние с гостиницей Three Arches Hotel, которая работает в этом же здании, а также переоборудование в гостиницу офисного пространства в восточном Иерусалиме. 17 новых гостиничных номеров первого класса появятся в Западной Галилее. В Нагарии будет перестроена гостиница Sol Marine (40 номеров первого класса, стоимость проекта — \$4,4 млн).

А в это время в Эйлате +28[☀]



ИЗРАИЛЬ
ПУТЕШЕСТВИЕ ПУТЕШЕСТВИЙ

www.goisrael.ru

Страна-партнер:



Mitt

Весь мир. Одна выставка.



20-я Московская международная выставка
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ
20–23 марта 2013
Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»



Крупнейшая в России туристическая выставка



Организатор:



ITE Москва
+7 (495) 935 7350
travel@ite-expo.ru
www.mitt.ru

Официальная поддержка:



Совет Федерации РФ
Правительство РФ



Совет Федерации РФ
Правительство РФ



Правительство
Москвы



Российский
Союз Туристов



Ассоциация
Туроператоров
России



Ассоциация
Национальных Туристических
Офисов в России





**Встречи.
Контакты.
Бизнес.**

Весь мир за 4 дня – максимум возможностей

Участники

В МИТТ 2013 задействованы
8 выставочных залов и павильонов:

Пав. 1 – российские многопрофильные операторы (въездной и выездной туризм);
раздел «Информационные технологии»;
морские и речные круизы, Крым

Пав. 2, залы 1, 2, 3 – страны Средиземноморья и Европы, **раздел «Медицинский туризм»**

Пав. Форум – страны Азии, Африки, Латинской Америки, Австралии и Океании, острова

Пав. 8, зал 1 – Турция

Пав. 8, зал 2 – российские многопрофильные операторы, турецкие отели

Пав. 8, зал 3 – «Павильон Россия»: курорты России, **раздел «Российские отели и объекты размещения»**

Открытая площадь – операторы автобусных туров

Деловая программа

Во время выставки МИТТ 2013 в 12 конференц-залах Экспоцентра пройдет насыщенная деловая программа, состоящая из международных конференций, конгрессов, семинаров, презентаций, мастер-классов.

ТОП-мероприятия МИТТ 2013

21 марта – Московский международный туристический бизнес-саммит (совместно с РСТ)

21 марта – Международная конференция по информационным технологиям

21–22 марта – 4-й Московский международный конгресс по медицинскому и оздоровительному туризму

21–22 марта – Аттестация АТОР (совместно с офисами по туризму)

20, 21 и 22 марта – Семинары по ведению бизнеса и юридическим вопросам от ЮА «Персона Грата»

Сервисы

- Служба доставки каталогов
- Бесплатная служба «Парковка чемоданов»
- Бесплатное Интернет-кафе и Wi-Fi
- Гардеробы
- Кафе и рестораны

20, 21, 22 марта – профессиональные дни

Для бесплатного входа на выставку
получите электронный билет на:

www.mitt.ru

Страна-партнер:



Официальная
страховая
компания:

РОСГОССТРАХ
ПОД КРЫЛОМ СИЛЬНОЙ КОМПАНИИ

Спонсоры:



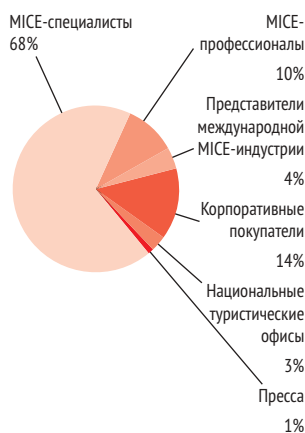
ТУРПАРАД

MICE: время активных продаж

Компания aiGroup готовится к проведению очередной Московской международной выставки делового и инсентив-туризма – 18 марта 2013 года на Тишинке. Moscow International MICE Forum – ведущее мероприятие такой направленности в России и странах СНГ. О том, какие ожидания связывает aiGroup с предстоящей выставкой, рассказывает руководитель компании **КИМ ВАДДУП**.



ПОСЕТИТЕЛИ MICE FORUM 2012



Как вы думаете, в 2013 году интерес к выставке возрастет? Мы проводим MICE Forum в девятый раз, так что опыт накоплен большой, мы знаем, что нужно нашим участникам и посетителям, и нам есть что им предложить. В том, что интерес к выставке возрастет, я не сомневаюсь. Но тут дело, прежде всего, в том, что сама тема выходит на первый план. MICE-бизнес становится все более актуальным. Компании ищут новые рынки, стремятся к новым контактам, учатся, обсуждают проблемы, поощряют своих сотрудников. Все это и есть сфера MICE.

В прошлом году к вам приехали представители 90 компаний. А сейчас их ожидается около ста. Уже подтвердили свое участие компании из 37 стран, в том числе из Хорватии, Италии, Армении, Австрии, Швеции, Украины, Китая, Болгарии, Мальты, Швейцарии, Вьетнама, Испании, Франции, Бельгии, Эстонии, Латвии, Норвегии, Португалии, Литвы, Индии, Польши, Мексики, Таиланда. Посетители будут приятно удивлены интересными предложениями из Лаоса, Камбоджи, Исландии, Южной Кореи, Шри-Ланки, Мьянмы, Непала, Бутана, Иордании и Макао. В общей сложности на выставке будет представлено около 60 направлений.

MICE как направление бизнеса у нас еще недостаточно популярно, как вы считаете? Не раз во время встреч, когда я рассказывал, что такое MICE, бывало так, что мой собеседник удивлялся: так это же то, что я делаю! Отлично, — отвечал я, — это значит, что вы работаете в сфере MICE, и, может быть, это и есть ваше дело. Вот конкретный пример: ассистент директора организует выезд за границу и участие в целом ряде мероприятий 200 сотрудников компании. Это же огромная работа, и человек с ней справляется. Он специалист в области MICE. Вот пусть он прочитает это интервью, пусть для себя отметит: да, я все это делаю, отправляю

людей, заказываю гостиницу, организую досуг, значит, мне надо прийти на эту выставку.

Отсутствие информации, по-вашему, серьезная проблема? Конечно. Многие, кто воспринимает этот термин на слух, начинают искать в интернете мышшь — по звуковой ассоциации с английским mouse. Да-да, это не шутка. А мы хотим, чтобы люди знали, что это такое. Так что сейчас главная наша задача — предоставление специалистам, работающим в самых разных областях, обширной информации. Сначала информация, и только потом — продвижение MICE-услуг на рынке.

Вы полагаете, что это перспективное направление бизнеса? Вне всякого сомнения. После кризиса потребность в MICE только возросла. Компаниям нужны деловые встречи, чтобы заключать сделки. Компаниям нужны конференции, конгрессы, чтобы обмениваться мнениями о положении дел на рынке, чтобы находить новые возможности. Невозможно просто взять билет, приехать в какую-то страну и начать изучать местные условия, возможности рынка — это надо хорошо подготовить. Да, сейчас у всех непростые времена, но бизнес не останавливается, он идет вперед.

Каких результатов вы ждете от выставки? Главное, чтобы люди имели возможность общаться. Наша задача — сделать все, чтобы на выставке встретились люди, заинтересованные друг в друге. Кто-то организует деловые поездки. Другие занимаются конференциями, семинарами. Третьи специализируются на корпоративах, организации туристических поездок. Надо, чтобы они повстречались с потенциальными клиентами, чтобы они между собой пообщались. Если те, кому нужны такие услуги, будут искать их не в интернете, а просто возьмут визитку, полученную на нашей выставке Moscow International MICE Forum, это будет главный результат нашей работы.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК РОССИЯ

Ежемесячный вестник Департамента туризма и региональной политики Министерства культуры РФ

В ФОКУСЕ



**СЕРГЕЙ
КОРНЕЕВ**

директор Департамента туризма
и региональной политики
Министерства культуры РФ

Общими усилиями

При Министерстве культуры РФ будет создан Экспертный совет по туризму. Сергей Корнеев, директор Департамента туризма и региональной политики Минкультуры РФ, объяснил, что в настоящее время действует Координационный совет по туризму, в который входят руководители региональных органов управления туризмом. «Мы посчитали, что нужен не только взгляд органов правления, но и бизнеса. Поэтому мы создаем Экспертный совет, в который войдут представители бизнеса, а не властных структур», — подчеркнул он. В рамках совета будут действовать рабочие группы, курирующие различные сферы туристической индустрии: гостиничный бизнес, внутренний, выездной, выездной туризм.

Экспертный совет по туризму сформирует перечень основных направлений и принципов государственной политики в сфере туризма, определит механизмы ее реализации. Совет также будет прорабатывать вопросы, связанные с совершенствованием нормативно-правовой базы в сфере туризма, содействовать реализации отраслевых программ в туротрасли и развитию механизма государственно-частного партнерства.

ПРОЕКТ

Праздник с тройным размахом

Национальный календарь событий, который содержит информацию о наиболее привлекательных для туристов мероприятиях, был представлен общественности. Календарь состоит из трех основных блоков. Первый — события и праздники федерального масштаба, второй — традиционные события, связанные главным образом с национальными культурами, третий — юбилейно-исторические даты, которые будут отмечаться в течение года.

В 2012 году зародилась традиция выбора новогодней столицы России, ею стала Казань. Первым общероссийским праздником нынешнего года станет Масленица, которую предлагает провести у себя Красноярский край.



ХРОНИКА

Учиться и еще раз учиться

В Москве состоялась Международная научно-практическая конференция «Профессиональное образование в сфере туризма как условие повышения качества туристских услуг». По словам Сергея Корнеева, кадры в туризме формируют имидж страны, а качество услуг базируется на качестве образования. «Мы готовы взаимодействовать как с вузами, так и с туроператорами по вопросам подготовки профессионалов в индустрии туризма», — добавил он. В конференции приняли участие представители вузов, туристических ассоциаций, турфирм и органов государственной власти.



КОНТАКТЫ:

Департамент туризма и региональной политики Министерства культуры РФ
Москва, Газетный переулок, д. 3, корп.7, стр.1.

Телефон приемной: 8-495-788-30-90
<http://www.mkrf.ru/>

«Интурмаркет»: плюсы живого общения

Хотя работа любой туристической компании сегодня немыслима без компьютера и интернета, ничто не может заменить живого общения с партнерами. И лучшее место для этого — профессиональные выставки. Корреспондент «ТБ» беседует с директором выставки «Интурмаркет» **ОЛЬГЕЙ ХОТЧКИНОЙ**.

БЕСЕДОВАЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ



Насколько удачны были последние выставки «Интурмаркет»? Меня очень радует, что число наших участников неуклонно растет. Динамика такова: в 2011 году — 1230 участников из 138 стран и регионов мира, в 2012 году — около 1300 участников из 140 стран. Для сравнения, в 2006 году, когда впервые была организована выставка, на нее собрались 790 компаний. То есть к следующему году при существующей тенденции мы сможем говорить о двукратном росте числа участников по сравнению с 2006 годом. Что касается метража, то нам пока не удалось достичь успеха докризисного 2008 года. Но мы не стоим на месте, совершенствуем сервис и качество деловой программы, стараемся поднимать актуальные темы, волнующие туристическую индустрию.

Какие события последнего времени серьезно повлияли на выставку? Мы внимательно следим за происходящими на рынке событиями, часто опереживаем и позволяем себе комментировать спорные ситуации. Но, пожалуй, ни одно из событий последнего времени не имело серьезных последствий для «Интурмаркета». Если же говорить о посткризисных явлениях, которые, безусловно, затрагивают интересы каждой компании, то мы, не оставаясь к ним безучастными, стараемся со своей стороны помогать участникам, предлагая льготные цены. Это в первую очередь относится к фирмам, работающим в сферах внутреннего, въездного и детского туризма.

Что нового ждет участников и гостей «Интурмаркета-2013»? Выставка традиционно пройдет в МВЦ «Крокус Экспо» в период с 16 по 19 марта. У нас будет разнообразная и насыщенная программа мероприятий, организованных в рамках дня страны — партнера выставки — Китая, пройдут увлекательная конференция, посвященная баннам традициям, обучающий семинар для журналистов от Ирины Тюриной, ярмарка вакансий «Туркадры», круглый стол по кадровым проблемам в туризме и много других интересных событий. Обязательно состоятся традиционные для выставки мероприятия: конференция по детскому туризму, всероссийское совещание по актуальным вопросам развития отрасли, обучающий семинар ВТО по вопросам индустрии гостеприимства, круглый стол по проблемам доступного туризма. Интересная программа ждет гостей стендов наших партнеров — Алтайского края и компании Tez Tour. Также я хотела бы обратить внимание наших гостей на конференцию, посвященную IT-технологиям в туризме. Помимо наших постоянных участников, здесь заявлены такие серьезные эксперты онлайн, как «Яндекс» и Mail.ru.

Сколько новых участников ожидается на выставке в этом году? Прием заявок еще идет, но я уже могу назвать некоторых новых участников. В этом году к нам впервые приезжают Лаос, Израиль и Фиджи, будут организо-

ваны объединенный стенд Прибалтики, стенд международных банных фестивалей и компаний, развивающих автобусно-экскурсионный туризм («Анкор», «Туртранс Вояж», DSBW, «Старый город», «БВЛ», «Кругозор»). Есть новые участники и в сегменте гостиниц, а также в разделе онлайн-технологий для туриндустрии.

Как будет организована работа выставки?

В этом году мы решили стать на шаг ближе к желанным европейским стандартам и запустили собственное приложение для смартфонов и планшетников с интерактивной картой, визитками участников. Удобно будет организованна деловая программа, можно будет почитать новости и легче ориентироваться в залах. Из уже существующих сервисов продолжат свою работу бесплатное интернет-кафе, чайный дворик для проведения переговоров, служба почтовой отправки каталогов по льготным ценам и парковка для чемоданов.

Ведете ли вы работу с агентствами из регионов в этом году? Какую помощь им оказываете?

Конечно, ведем. Мы от своих обещаний не отказываемся. Традиционная программа «Профессиональный покупатель» — наглядное тому доказательство. За свой счет мы привозим избранных представителей туристических агентств из регионов, предоставляем им проживание и организуем серьезную деловую программу. Искренне верю, что эта программа поддержки помогает агентствам повышать свой профессиональный уровень и получать преимущества перед конкурентами.

Почему ваша выставка по-прежнему интересна агентам, даже в эпоху интернета?

Никакой интернет не может заменить людям живое общение, желание при разговоре и обсуждении важных деловых вопросов видеть перед собой конкретного человека, а не его ник и зеленый онлайн-статус. Кроме этого фактора, у нас есть немало бизнес-преимуществ. Ведь к нам приезжают участники абсолютно из всех регионов России и, соответственно, налицо богатство предложений и возможностей для путешествий по нашей стране. Это сегодня, как говорится, в тренде.

Ждем вас на «Интурмаркете» с 16 по 19 марта в «Крокусе»!

ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЙ

16 МАРТА, СУББОТА

Конференция по IT-технологиям в туризме:

«Возможности «Яндекс.Карт» для туристического бизнеса»,
«Секреты контекстной рекламы на «Яндекс.Директ»

«Как перестать беспокоиться и начать делать эффективную рекламу в социальных сетях (Одноклассники, Мой Мир)»

«Лид-страницы в интернете: как эффективно использовать турфирме»

«Как бороться с уходом клиентов в онлайн? Рецепты «Инфо-порт Системы»

Презентация туристических возможностей Москвы

Церемония официального открытия выставки «Интурмаркет-2013»

Конференция «Баня как спа-индустрия»

Консультации правовой службы Ассоциации Туроператоров России (АТОР)

Презентация туристических возможностей Венгрии

Конференция по вопросам организации детского туризма

Пресс-конференция Министерства экономики, энергетики и туризма Республики Болгарии

Презентация участников Соглашения «Великая Волга»

Презентация летних программ компании Coral Travel

17 МАРТА, ВОСКРЕСЕНЬЕ

Всероссийское совещание по актуальным вопросам развития сферы туризма

Ярмарка вакансий «Туркадры»

Презентация круизных программ по Волге

Презентация участников Балтийского стенда

Аттестация АТОР по Болгарии

Презентация летних программ компании Coral Travel

Презентация Года китайского туризма в России

18 МАРТА, ПОНЕДЕЛЬНИК

Обучающий семинар Всемирной туристской организации и Федерального агентства по туризму «Гостеприимство и качество услуг в туристской отрасли. Российский и зарубежный опыт».

Практическая конференция сети «ТБГ. Туристические бренды»

Познавательный-дружеский семинар для журналистов, пишущих о туризме

Международный круглый стол по доступному туризму

II Съезд общественных профильных объединений

Семинар «9 шагов к успеху для владельца турагентства»

Взялись за гуж

С мая 2013 года для более чем двух тысяч российских туроператоров станет обязательным участие в профессиональном объединении, которое создаст компенсационный фонд для оказания экстренной помощи туристам. «Важно обеспечить консолидацию усилий участников объединения туроператоров в сфере выездного туризма», – считает заместитель председателя Москомтуризма и председатель правовой комиссии РСТ **ГЕОРГИЙ МОХОВ**. По просьбе «ТБ» он ответил на ряд актуальных вопросов, связанных с этой работой.



»» Если оператор не исполнил своего обязательства перед туристами, а фонд для ликвидации последствий подобной ситуации произвел расходы, то последний должен иметь право на предъявление требований страховщику в рамках договора страхования. Чтобы юридически появилась такая возможность, было бы разумным в договоры страхования гражданской ответственности оператора включать дополнительным лицом объединение туроператоров в сфере выездного туризма как выгодоприобретателя наравне с туристом.

Насколько, на ваш взгляд, ежегодная «нагрузка» в 100 тысяч рублей существенна для туроператоров? И как новый закон отразится на развитии туристического рынка?

Безусловно, сумма в 100 тысяч рублей в год в дополнение к стоимости финансового обеспечения, то есть страхованию ответственности туроператора, будет достаточно серьезной нагрузкой для большого числа туроператоров, занятых в сегменте малого бизнеса и работающих посезонно, для нишевых туроператоров, обслуживающих детские группы и т.д. Из более чем двух тысяч компаний, которые внесены в федеральный реестр, большинство — это представители именно малого бизнеса. Только несколько десятков фирм обладают значительными оборотами и масштабами деятельности, позволяющими безболезненно уплачивать подобные суммы.

В связи с этим можно предположить, что немалое количество туроператоров, входящих в реестр, предпримет какие-то действия, чтобы минимизировать свои затраты. Например, они будут преобразовывать свой вид деятельности в турагентский или вообще выйдут из сферы регулирования этого закона и не будут предлагать комплексные туры, а начнут продавать отдельные услуги: заниматься размещением туристов, организацией отдыха, тем самым изменят свой статус и, соответственно, не попадут под данные требования. Но это только мои предположения. Сейчас, в период с января по март, когда проходит основное переоформление финансового обеспечения, мы увидим, как отреагирует реестр, даже чисто статистически, на необходимость уплатить по 100 тысяч рублей в объединение туроператоров. Я не удивлюсь, если все смогут заплатить и никаких изменений вообще не произойдет.

Министерство культуры РФ недавно опубликовало на своем сайте правила оказания экстренной помощи туристам, средства на которую будет аккумулировать фонд. Туро-

ператоры уже заявили, что документ нуждается в серьезной доработке. Этот документ, безусловно, выглядит несколько упрощенно. Мне понятны опасения туроператоров, которые, прочитав эти правила, не увидели в них множества нюансов, возникающих в экстренных ситуациях. Нужно понимать, что эти правила не единственный документ, который будет регламентировать все процедуры. Будут внутренние документы самого объединения Ростурпомощь, которое должно расписать порядок оказания помощи, произведения выплат, с точки зрения управления финансами этого объединения как юридического лица. Правительство РФ должно установить основные базовые принципы этих механизмов, а детали будут дорабатываться самим объединением.

Очень важно обеспечить оперативность самого процесса. Ведь понятие экстренности именно это и подразумевает. Если объединение в лице своих специалистов и руководителей не найдет и не проработает механизмы оперативного получения информации об этих ситуациях, механизмов реакции на эти ситуации и финансирования эвакуации, то никакой экстренности, естественно, не получится. Тогда необходимость в подобном механизме тут же отпадет.

Самый рациональный путь эвакуации при необходимости — это задействование туроператоров, входящих в объединение, на том направлении, на котором произошел казус, чтобы они предоставили возможность размещения пострадавших туристов на свободных местах в гостинице и на транспорте. Только при консолидации усилий можно будет решать вопросы, связанные с доставкой пострадавших на родину.

В правила были внесены поправки, предложенные РСТ, о разграничении ответственности государства и турбизнеса. Однако другая внесенная поправка говорит о возмещении расходов фонда страховщиком. На ваш взгляд, нужна ли такая поправка? Речь идет о праве

регрессного требования фонда к страховщикам, предоставившим финансовое обеспечение туроператору-банкроту или туроператору, не выполнившего условия договора. Иными словами, если из компенсационного фонда производятся какие-то выплаты вследствие недобросовестности оператора, то фонд вправе предъявить требование о возмещении расходов к тому страховщику, который застраховал ответственность этой компании. Мне видится это разумным, поскольку наши страховщики заключают договоры страхования ответственности туроператора. Следовательно, если оператор не исполнил своего обязательства перед туристами, а фонд для ликвидации последствий подобной ситуации произвел расходы, то последний должен иметь право на предъявление требований страховщику в рамках договора страхования. Чтобы юридически появилась такая возможность, было бы разумным в договоры страхования гражданской ответственности оператора включать дополнительным лицом объединение туроператоров в сфере выездного туризма как выгодоприобретателя наравне с туристом. То есть, если возмещение расходов не произведено туристу, то его может потребовать объединение. Таким образом, расходы фонда в размерах финансового обеспечения туроператора будут постоянно возмещаться.

Насколько в этом случае законодатели прислушиваются к мнению профессионального сообщества? Можно ли сказать, что закон принимается совместно, учитывая интересы обеих сторон? Как сказал классик, согласие есть продукт при полном непротивлении сторон. Конкретно эти нормы закона, который сейчас принят и активно обсуждается в части механизмов работы объединения туроператоров и механизмов работы компенсационного фонда, подробно обсуждались с представителями туроператорского сообщества на рабочих группах при Ростуризме. И можно с полной уверенностью сказать, что представители профессионального сообщества не остались в стороне от этой работы как представители коммерческой части этого сообщества, то есть бизнеса. К разработке проекта также привлекались общественные организации, что также немаловажно. Но при этом нужно учитывать, что компромиссные решения не всегда возможны. По ряду положений необходимо принятие решения по изменению норм закона с акцентом в какую-то сторону — либо в сторону защиты прав потребителей, либо в сторону защиты интересов предпринимателей. И когда государство в лице своих законодательных органов решает, в какую сторону им повернуть изменение закона, возникает достаточно сложная коллизия. Мы должны понимать, что изменение этого документа — это реакция государства на многочисленные скандалы, банкротства и жалобы, в результате действия некоторых туроператоров.

В новую редакцию закона внесена статья, устанавливающая ответственность туроператора перед туристом за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору, заключенному турагентом как от имени туроператора, так и от своего имени. Эта норма императивно устанавливает обязанность туроператора нести ответственность за неисполнение договора, заключенного турагентом с туристом. Каким образом это повлияет на отношения между турагентом и туроператором, а также на агентский рынок в целом? На мой взгляд, именно эта норма, устанавливающая ответственность туроператора по договору, заключенному турагентом, — ключевая во всех изменениях этого закона. Если она будет применяться судами, то для туроператоров настанут сложные времена. Поскольку эта поправка напрямую указывает на ответственность туроператора за последствия действий турагента. Привести это может к тому, что туроператоры постараются ужесточить ответственность своих дилеров перед ними, защитить свои интересы в случае возникновения судебных споров, основанных на этой норме закона. Возможно, они постараются преобразовать свои договоры с турагентами таким образом, чтобы не устанавливать агентских полномочий и юридически определять турагентов как заказчиков туристского продукта, не обладающих статусом турагента. С большой долей вероятности, это не сработает, потому что есть судебная практика, указывающая на то, что вне зависимости от правового вида договоров, суды применяют требования закона. Это повлечет определенные последствия в правоприменительной практике. Увидим мы это следующим летом, когда суды, рассматривающие споры потребителей по искам, предъявленным турагентам, начнут принимать решения по этим требованиям с учетом измененной нормы закона. На практике, для того, чтобы на суде отразились какие-либо законодательные изменения, нужен минимум год-полтора. Решения оспариваются, суды рассматривают споры долго. Но хочу заметить, что эта норма, устанавливающая ответственность, может стать дисциплинирующим фактором в дальнейшем развитии агентского рынка. И к этому подталкивают не только изменения закона, но и общая ситуация в рознице, отсутствие регулирующих норм, связанных с работой турагентов, значительное падение уровня квалификации персонала, особенно в новых агентствах, возникающих сезонно. Думаю, туроператоры сами озадачатся вопросами хотя бы договорного регулирования агентской деятельности и действительно начнут уделять внимание своим турагентам с точки зрения повышения их квалификации, подготовки, установления стандартов работы, как принято в дилерских отношениях в других отраслях экономики.



>>> До тех пор, пока агентская розница пребывает в стихийном форм-факторе и внимание ей не уделяет ни государство, ни туроператоры, там будут рождаться всякие уродливые проявления нарушения прав потребителя. Это может длиться до бесконечности и усугубится, если не возникнет какой-то дисциплинирующий фактор или регулирующий механизм.

Почему штормит круизный рынок

Последние два года были очень сложными для российского рынка речных круизов: катастрофа «Булгари», падение клиентского спроса, снижение рентабельности, сокращение числа круизных программ. Анализирует проблемы бизнеса заместитель генерального директора по туризму компании «Мостурфлот» **СВЕТЛАНА ГОНЧАРОВА**.

ПОДГОТОВИЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

К сожалению, после очень тяжелого для всей круизной отрасли 2011 года, прошлый сезон прошел не намного лучше. Глубина продаж была очень низкой, что держало рынок в постоянном напряжении. Явно сказывались последствия катастрофы «Булгари». Свою отрицательную роль сыграли и значительно упавшие цены на некоторые южные направления отдыха. Из-за крайне низкой загрузки судов операторы в общей сложности отменили 190 рейсов (из них 114 рейсов — на московском рынке). Большое число рейсов было выполнено с очень маленькой загрузкой (от 20% до 60%), лишь для того, чтобы сохранить репутацию. При проведении сравнительного анализа объемов круизного турпотока в Москве (Северный речной вокзал) в 2011 и 2012 годах, включая иностранных и российских путешественников, отмечается падение показателей на 19%. Операторы попали в очень сложную ситуацию. Отменяя круизы, в основном последние — осенние, они сокращали и без того короткий период навигации, тем самым увеличивая себестоимость турдня. При этом турфирмы были вынуждены предоставлять клиентам дополнительные скидки. К сожалению, конкуренция между компаниями часто превращалась в «соревнование в щедрости».

За последние два года на фоне общего роста цен на топливо, продукты питания и экскурсионное обслуживание операторы практически не поднимают цены, но при этом, глядя друг на друга, предлагают всевозможные скидки. Так, традиционные сезонные скидки дают возможность купить путешествие по реке в мае — июне и сентябре — октябре на 20–30% дешевле. При этом качество самого круиза ничем не хуже продукта без скидок, очарование природы в эти периоды бесспорно, а в каютах тепло в любую погоду.

Все мы — операторы и агенты — сейчас работаем в основном с постоянными клиентами, которые обеспечивают хорошую глубину продаж и уже сейчас дают до 30% навигационной загрузки круизных теплоходов. Многие из них являются возвратными клиентами одновременно нескольких агентств и операторов, выбирая самые выгодные предложения для себя. То есть здесь мы говорим о любителях речных круизов и желании продавца перетянуть их к себе простейшим способом — более низкой ценой. Однако путь этот очень сомнителен.

Себестоимость турпродукта высока: расходы на топливо (до 240 тысяч рублей в сутки), заработная плата экипажа теплохода (до 90 человек) и т.д. Навигационный период короткий — 100–150 дней, а высокий сезон длится 60 дней. Чтобы улучшить «климат» на рынке речных круизов, нужна хорошая позитивная реклама. И не только самих круизов, но и тех мест с богатой историей и



красивейшими видами, куда теплоходы с комфортом доставляют российских и зарубежных путешественников, помогая развитию инфраструктуры и занятости населения регионов. Нельзя не отметить высокую стоимость топлива, отсутствие льгот для речного транспорта как сезонного вида деятельности. Требования российского туриста к комфорту и сервису за последние годы значительно выросли. Этому способствовали появившаяся возможность путешествовать по всему миру и выросшие материальные возможности. Поэтому круизным операторам приходится конкурировать не только с «солнцем и морем», но с отелями уровня 4–5 звезд. Так что у российских круизных компаний сегодня есть два пути: модернизация существующих судов и строительство нового флота (как пример — теплоход «Александр Грин»). Модернизация подразумевает существенное переоборудование пассажирской части до уровня 4–5-звездного отеля, замену или капитальный ремонт судового оборудования, насыщение судна современными коммуникациями. Проведение таких работ целесообразно только для относительно новых теплоходов, у которых еще не выработан технический ресурс судовых машин, механизмов, систем.

Данный подход широко применяется и в международной практике. В 2011 году на российском рынке в эксплуатацию были введены два модернизированных судна: «Княжна Виктория», принадлежащее компании «Мостурфлот», и «М. Ростропович» компании «ВодоходЪ». Эти теплоходы работают с иностранными туристами, выполняя лишь по два-три круиза в навигацию для российских путешественников.

9 июня 2012 года «Мостурфлот» ввел в эксплуатацию новый трехпалубный круизный теплоход класса «М» «Александр Грин» на 112 пассажиров, отвечающий современным требованиям по безопасности, комфорту и сервису. Это первое речное круизное пассажирское судно, созданное в нашей стране после 1959 года. Практически все существующие отечественные круизные суда имеют возраст более 20 лет. Спроектированы и построены они были на верфях Германии, Словакии, Венгрии, Австрии, многие — в 1950–1960-х годах. Средний возраст российских речных круизных пассажирских судов, по данным РРР, составляет почти 39 лет. Для сравнения, с 1991 года по 2012 год на Дунае, Рейне, Майне, Одере и других европейских реках начали работать более 110 новых круизных судов!

И, конечно, на нашу отрасль нужно снижать налоговую нагрузку.

Министры приедут на МИТТ

20 марта 2013 года в Москве по инициативе АНТОР впервые пройдет Саммит министров сферы туризма

В работе саммита примут участие представительные делегации многих зарубежных государств, возглавляемые официальными лицами в ранге министра. Российскую сторону представит министр культуры Владимир Мединский.

Проведение Саммита министров сферы туризма приурочено к открытию 20-й юбилейной международной выставки «МИТТ Путешествия и туризм», входящей в пятерку крупнейших туристических выставок мира. Участники саммита обсудят ряд актуальных вопросов, связанных с тенденциями развития международного

туристического рынка. В повестке дня — согласование политики по активизации туристских потоков, направленной на устранение сдерживающих барьеров, упрощение формальностей и создание предпосылок для расширения объемов перевозки туристов и развития инфраструктуры; эффективное применение информационных технологий в туротрасли; стимулирование интереса к путешествиям через продвижение аутентичных культурных и национальных особенностей, маркетинг отдельных территорий и развитие событийного туризма; защита прав и обеспечение безопасности туристов.

Казань стала первой

В Казани успешно реализован новый масштабный проект министерства культуры РФ «Новогодняя столица России»

«Все музеи, выставочные и концертные залы, предприятия досуговой сферы работали по продленному графику и по специальной программе, — рассказал замминистра по делам молодежи, спорту и туризму Татарстана

Сергей Иванов. — Туристы получили возможность сходить на игры хоккейного клуба «Ак барс», волейбольного клуба «Динамо», поехать на экскурсии по городу и на остров-град Свияжск». Согласно проекту Минкультуры

«Новогодняя столица России», ежегодно один из городов страны в новогодние праздники будет центром празднования Нового года и привлечения внимания к обычаям, традициям, историческим местам и культурным событиям.

ВОПРОС МЕСЯЦА

У ВАС БЫЛИ ПРОБЛЕМЫ ВО ВРЕМЯ ПРАЗДНИКОВ?

37%

Задержки или переносы авиарейсов

13%

Овербукинг и другие проблемы с размещением в отелях

13%

Невозможность оперативно связаться с оператором, консульством и т.д.

37%

Никаких проблем не возникло

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

ПРИГЛАШЕНИЕ

ПРИГЛАШЕНИЕ
Moscow International M.I.C.E. Forum
 Московская Международная Выставка Делового и Инсентив Туризма
18 марта 2013
 Москва, Тишинская пл., 1, ТВР «Тишинкал»

Участники M.I.C.E. Forum:
 Зарубежные и российские туристические агентства и туроператоры
 Курорты и отели + Круизные компании + Авиакомпании + Деловая авиация
 Конгресс- и бизнес-центры + DMC + СПА курорты
 Гольф-курорты + Специалисты в выставочном бизнесе

International M.I.C.E. Forum
MOSCOW

Телефон организатора:
+7 (495) 926-96-95

Для посещения мероприятия не забудьте зарегистрироваться на сайте:
www.miceforum.ru

Было бы желание

МАТЕРИАЛЫ ПОДГОТОВИЛ
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



»»» Рынок туризма в России малорентабелен и нестабилен. Для того чтобы он изменился в лучшую сторону, необходимо выполнить несколько условий. Во-первых, следует увеличить минимальный порог финансовых обязательств компаний, чтобы отсеять фирмы-однодневки. Во-вторых, необходимо ввести страховые гарантии не только для туроператоров, но и для агентов.

Происходящие за рубежом с пугающей регулярностью происшествия с российскими туристами все больше наводят на мысль о том, что страхование всех путешественников должно осуществляться по аналогии с автомобильным ОСАГО. Страховщики предлагают рынку и продукты типа «туристическое КАСКО», обеспечивающие максимум защиты от неприятностей. Об этом рассказывает директор петербургского филиала ООО «СК Мастер-Гарант» **ЕЛЕНА ГЕЕЦ**.



РИСКОВАТЬ С ГАРАНТИЕЙ

Тот факт, что рынок туризма нестабилен, подтверждает статистика: за 2010–2011 годы от банкротств пострадали около 10 тысяч российских туристов, за первые 6 месяцев 2012 года эта цифра составила около 7,5 тысячи человек. В этой связи проблема страхования рисков на туристическом рынке остается очень актуальной. Турагентства и страховые компании видят выход в разработке страховки от всех рисков, которую можно было бы использовать на месте отдыха.

Сейчас, к сожалению, в России нет страхового продукта, покрывающего все риски туриста за рубежом и дающего возможность получить помощь на месте отдыха. Многие туроператоры выступают за разработку «туристического КАСКО», а страховые компании приступили к созданию такого продукта.

За границей, кстати, он уже есть, а схема страхования давно разработана и налажена. В Европе, где в страховку включают даже вероятную утерю ключей от квартиры (номера) на отдыхе, это стоит денег. Гражданин Германии, например, при поездке в Турцию доплатит 65 евро. В России тариф будет еще выше, так как разработать такой продукт очень дорого. Скорее всего, он будет востребован лишь на магистральных направлениях зарубежного отдыха — в странах, где турпродукт представлен по системе «все включено».

«Мастер-Гарант», например, предлагает комплексную страховую программу для туристов, которая включает целый ряд страховок — медицинскую, от несчастного случая, утери багажа и расходов, связанных с отменой или изменением сроков поездки. Причем от невъезда имеются как стандартная (3% от стоимости тура), так и расширенная (6%) страхов-

ки (последняя покрывает все связанные с путевкой риски, кроме банкротства туроператора). Расширенная, в частности, предусматривает выплаты по причине отмены, задержки или прерывания поездки из-за стихийных бедствий и сложных погодных условий, распространяется не только на туриста и его близких родственников, но и на человека, который совершает поездку совместно с ним, а в качестве страхового случая признает и амбулаторное заболевание, воспрепятствовавшее поездке.

Для корпоративных партнеров (в частности, для банковского сектора) разработан и активно реализуется продукт страхования, предназначенный для держателей пластиковых карт международных платежных систем. Это льготный полис страхования расходов граждан, выезжающих за границу, действующий в течение года (параллельно со сроком действия пластиковой карты). Преимуществом программы является то, что она не ограничивает количество выездов за рубеж, а в полис включается не только страхование медицинских расходов, но и другие риски (расходы по оказанию юридических и информационных услуг, возмещение ущерба, связанного с утратой багажа, и другие).

К сожалению, многие российские туристы по-прежнему убеждены в том, что страховка — это формальность. Туроператоры, формируя туристический продукт, включают в него страховой полис лишь со стандартным набором рисков, так как учесть полностью интересы всех клиентов в одном продукте достаточно сложно. Но не надо забывать: для тех, кто хочет получить индивидуальный страховой продукт, позволяющий максимально обезопасить клиента от возможных негативных последствий поездки, а также ее непредвиденного срыва, в России уже существуют соответствующие программы страхования. И дело только за желанием их использовать.

КАЖДЫЙ, ПРАВО, ИМЕЕТ ПРАВО

Ситуация, сложившаяся нынешней зимой в Северной столице на карибском направлении, по мнению экспертов, неоднозначна: объем заявленной перевозки в Доминикану, Мексику и на Кубу превышает аналогичный показатель двухгодичной давности примерно в семь раз. Это заставляет одних рисковать и идти почти ва-банк, а других — действовать очень расчетливо и рационально. Корреспондент «ТБ» поинтересовался мнением заинтересованных участников рынка.



ДМИТРИЙ СМЕРНОВ,
генеральный директор
компании «Атлас»

Ситуация непростая: на фоне хорошо заметного роста спроса на карибском направлении объем перевозки из Петербур-

га растет как снежный ком. Еще пару лет назад туда выполнялась только одна цепочка — в Доминикану. В этом сезоне, помимо двух цепочек на Кубу (Варадеро) и такого же количества вылетов в Доминикану (Пунта-Кана), добавились сразу три новые цепочки. Две в Мексику (Канкун) и одна в доминиканский аэропорт Пуэрто-Плата. Это более тысячи кресел раз в 10–13 дней. Не слишком ли много? Вопрос к инициаторам чартеров.

С точки зрения рынка, ничего предосудительного они не совершают: если растет спрос, увеличивается и предложение. Рыночная ситуация сама расставит все точки над *i*. Если спрос на Карибы на Северо-Западе России действительно будет таким высоким, как они ожидают, то инициаторы новых чартеров, возможно, отработают с прибылью. Но если нет, в Петербурге не поздоровится не только карибскому направлению, но и далекой от него Юго-Восточной Азии.

Предложения по Карибам уже теперь могут заинтересовать многих туристов. Среди них хватает очень заманчивых, в которых отдых гарантируется по цене, вполне сопоставимой со стоимостью поездок в Юго-Восточную Азию, которая традиционно была ниже. Не обойдется без демпинга, и лучшим выходом из положения станет снятие на карибском направлении какого-либо лишнего чартера. Однако сделать это будет крайне непросто, поскольку инициировавшие новые полетные программы из Петербурга «Пегас Туристик» и «Библио Глобус» вряд ли смогут быстро договориться, какой из цепочек следует пожертвовать — у каждого из них свой интерес. И правда — тоже. Впрочем, примеры трезвого учета положения дел есть совсем свежие: в декабре 2012 года «Солвекс-Турне» отменил часть рейсов своей цепочки в израильскую Овду из-за низкого спроса, пересадив туристов на другие рейсы. Причем сделал это заблаговременно, заранее предупредив и партнеров, и клиентов.

В отношении Карибского региона наша компания придерживается очень осторожной политики. В этом году мы не стали брать гарантированные блоки мест в новых полетных программах. Почему? Потому что сейчас вполне можно работать под конкретный и оплаченный клиентом заказ, покупая туры по мере их востребованности на рынке. В том числе и выступая в качестве агента, реализующего туроператорский продукт. Логика простая: мы участвуем в карибских

программах, реализуя столько туров, сколько у нас закажут, не имея каких-либо жестких обязательств. В данной экономической ситуации я считаю это наиболее правильным.

ТАМАРА ХАЛЕЦКАЯ,
генеральный директор
компании «Солвекс-Турне»



Надеюсь что операторы, которые стали инициаторами массовой перевозки на Карибы из Петербурга, понимают, что они делают.

На мой взгляд, заработать в условиях, когда туры предлагаются по ценам, которые даже для Юго-Восточной Азии невысоки, невозможно. Тогда какова цель? Если только «застолбить» новый рынок... При этом очевидно, что Петербург ждет демпинг, который наверняка скажется и на Юго-Восточной Азии.

Рынок, конечно, постепенно отрегулирует предложение в соответствии со спросом, но какой ценой все это будет достигнуто? В этой связи мы, понимая экономическую подоплеку дела, весьма осторожно оцениваем перспективы новых полетных программ и пока участвуем только в цепочке в Доминикану (Пунта-Кана).

Инсайт Лингва
обучение за рубежом

www.i-l.ru

Для молодежи и взрослых

- Языковые курсы в 28 странах
- Подготовка и поступление в зарубежный университет
- Бакалавриат, магистратура, MBA
- Профессиональные курсы

Для детей и подростков

- Комплектуемые группы: США, Великобритания, Мальта
- Программы для готовых групп
- Индивидуальные программы: Язык + Экскурсии / Море / Спорт
- Художественная школа в Лондоне
- Курсы для детей и их родителей
- Школы-пансионы и колледжи

Мы ждем вас на весенних выставках Region Club в городах:
Уфа, Казань, Самара

**ОБРАЗОВАНИЕ ЗА РУБЕЖОМ
С ИНСАЙТ-ЛИНГВА**

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
---------------------------------	--	--------------------------------------



Семь раз отмерь

Еще совсем недавно эксперты гостиничного рынка призывали к строительству отелей современного уровня, которых в нашей стране повсеместно не хватает. Теперь тональность сменилась: если и браться за гостиничный проект, то очень осторожно, тщательно изучив рынок и проработав все нюансы. Конъюнктуру в сфере гостиничных инвестиций анализирует исполнительный вице-президент Jones Lang LaSalle Hotels **МАРИНА УСЕНКО**.

БЕСЕДОВАЛА ЭЛЕОНОРА АРЕФЬЕВА

С точки зрения инвестиционной активности ситуацию на гостиничном рынке можно охарактеризовать как вялотекущую. Экономический кризис у нас еще не пройден. Банки если и дают деньги на строительство, то под грабительские проценты, и гостиницы остаются «золушками» коммерческой недвижимости: возврат инвестиций в этой сфере самый долгий. Эта проблема, конечно, не может не настораживать инвесторов.

Но активность, тем не менее, есть. В основном она отмечается в регионах. В Москве же в этом году случился провал с вводом в строй новых гостиничных номеров, и он совершенно логичен: городские власти до сих пор не определились с планами, с площадками под застройку.

В регионах строятся новые отели. Прежде всего, там, куда активно вливаются государственные деньги. Там, где есть спонсируемые федеральной властью мероприятия. Это Сочи, Владивосток, Казань. На очереди — Уфа, где будет проводиться очередной саммит АТЭС, а также города, выбранные ФИФА для проведения чемпионата мира по футболу 2018 года. Где есть вложения в инфраструктуру региона, там этот всплеск инвестиционной активности докатывается и до гостиниц.

Появление новых гостиничных проектов в регионах стимулирует и местная власть. Каждый губернатор хочет иметь в городе приличную гостиницу, в которой он сможет принимать различные делегации, размещать высоких гостей. Инвесторы, которые активно работают в том или ином регионе, хотят, естественно, сохранить хорошие отношения с региональным руководством. Вот и проявляют «по просьбе» властей такую социальную активность — строят гостиницы. Не всегда, прямо скажем, в результате такой деятельности получаются экономически оправданные объекты.

Когда гостиничные проекты инициирует власть, на первый план часто выходит честолюбие, а не экономика. Конечно, в любом городе есть приезжие, которым надо где-то размещаться. Но это обычно не толстосумы, а нормальные командированные с регламентированным бюджетом. Поэтому не надо «ляпать» везде «пятизвездники», чтобы потом ими гордиться. Часто приемлемый формат для регионального отеля — это 3–4 звезды международного стандарта.

Мы недавно занимались одним проектом на Дальнем Востоке. Вроде и участок хороший, и в городе ничего похожего нет: по сути, это первый отель современного уровня. Проанализировали спрос: он очень специфический — сезонный, чувствительный к цене. Поэтому инвестору были предложены два варианта: 2 и 3 звезды международного уровня. Думаем, что даже 3-звездная гостиница там под большим вопросом. Рассматриваем вариант отеля попроще. В регионах нужно быть очень консервативным: четко представлять, для кого ты строишь, на кого ориентируешься.

Тот, кто строил на свой страх и риск, без поддержки консультантов, без советов с опытными управляющими, получил объекты, которые зачастую не приносят прибыли. Или же их невозможно продать. Концепции этих гостиниц не сработали, или построены они в «неправильных» местах — вроде нормально работали, пока рынок был пустым, но как только по соседству появился профессионально спроектированный и управляемый конкурент, сразу все встало на свои места. После кризиса инвесторы стали серьезнее относиться к своим средствам, распоряжаться ими более рачительно.

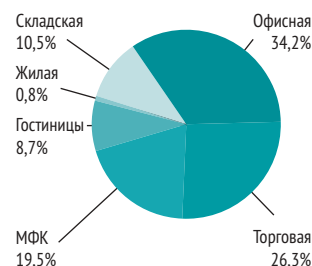
Вторая причина: уже появились города, где гостиничные рынки перенасыщены, отелям трудно выходить на уровень рентабельности. Я говорю, прежде всего, о Екатеринбурге, где неоправданно много гостиниц было построено практически одновременно — к саммиту АТЭС 2009 года. Сейчас очень непростая ситуация с дальнейшими инвестициями в гостиничный сектор Казани. Там уже много неплохих объектов, ведь в наших региональных городах, кто первый пришел — тому и сливки. А подошедшим с опозданием уже труднее: им приходится переманивать клиентов, так как размеры региональных рынков невелики и растут они небольшими темпами.

Сейчас при подготовке чемпионата мира по футболу 2018 года инвесторов уже уговаривают: мол, мы там подремнтируем, здесь расширим — люди к нам поедут. Не бывает такого. Поэтому и начались увещания экспертов: не покупать на посулы, что после чемпионата у нас тут будет туристический центр. Если строить, то надо искать профессиональных консультантов, правильно планировать отель, думать на стадии разработки проекта, кто им будет управлять. Не обязательно привлекать международных операторов, сейчас уже есть и отечественные управляющие компании. Надо подумать, сколько должна стоить будущая гостиница, чтобы окупиться. Не забывать про расположение участка. Хороший пример — отели «Интурист» советской постройки: их строили в центре города, с прекрасными видами и в шаговой доступности от мест дислокации власти, к которой, как правило, многие приезжающие в город хотят быть поближе. Хотят быть поближе к тем местам, где решаются важные политические вопросы, вопросы бизнеса.

Очень тяжело давать прогнозы в отношении рынков, которые начинаются практически на пустом месте. Сочи, конечно, и раньше не были рынком на пустом месте, но то, что было, и то, что сейчас планируется сделать, — большая разница. Теперь уже никого не волнует вопрос: построят — не построят. То, что было запланировано, будет построено. Вопрос только в том, что с этим будет дальше.

Есть надежда, что после завершения преобразований и проведения Олимпиады Сочи перестанут быть просто сезонным курортом: зимой — лыжи, летом — море.

ИНВЕСТИЦИИ В КОММЕРЧЕСКУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ В РОССИИ



Источник: по данным Jones Lang LaSalle за первые три квартала 2012 года



« Все последние годы эксперты говорили о нехватке отелей практически повсеместно, связывали с этим обстоятельством высокие цены на гостиничное размещение, призвали инвесторов строить, а власти — создавать для этого условия. Но тот, кто строил на свой страх и риск, без поддержки консультантов, без советов с опытными управляющими, получил объекты, которые зачастую не приносят прибыли >>>

МАРИНА УСЕНКО

По своим местам

Экономический кризис затронул не только страны Евросоюза, приведя к росту безработицы и социальному недовольству, но и развивающиеся экономики, в том числе государства БРИК, на территории которых сейчас реализуются крупнейшие инвестиционные проекты. Собеседник «ТБ» – вице-президент ИГ по стратегическому развитию в России и странах СНГ **АРОН ЛИБИНСОН**.

ПОДГОТОВИЛА
АННА ЮРЬЕВА

На какой этап экономического кризис вывел гостиничный рынок России? Кризис не обошел ни одну страну мира: люди стали меньше тратить, меньше ездить. Какая-то часть запланированных проектов не реализовалась. Но есть интересная особенность: если мы посмотрим на те проекты, которые не реализовались, то окажется, что их и не следовало реализовывать. А прошли через кризис качественные, интересные и продуманные проекты.

Компания «Региональная гостиничная сеть» начала строительство в 2010 году, вся их стратегия была сформирована во время кризиса. Наш Intercontinental в Киеве, открытый в 2009 году, — это правильный проект, который приносит деньги. Кризис затормозил развитие таких проектов, но не смог их убить. Те проекты, которые умерли, должны были умереть просто потому, что они не должны были родиться. Кризис расставил все на свои места.

Если говорить про Россию, то кризис научил обдуманно подходить к инвестиционным решениям, связанным с проектами в гостиничном бизнесе. Люди научились слушать консультантов, тех, кто уже имеет опыт. Научились считать деньги и понимать, что вернуть инвестиции можно в том случае, если проект будет привлекать гостей в том сегменте, в котором надо, если гость будет платить за данную услугу. Потому что никто, кроме гостя, за этот продукт не заплатит. В 1990-е годы решения часто принимались стихийно, в стиле «построим, а потом посмотрим». Не скажу, что это закончилось совсем, но это существенно утасло. Главный урок, который в России вынесли из кризиса, рынок стал более цивилизованным.

Кроме того, рынок становится все более ориентированным на бренды как показатель качества услуг, стандартов, которые соблюдаются. Инвесторы стали обращать на это внимание, поскольку уже понятно, что клиентов это привлекает.

ИГ — это бренды бизнес-отелей в городах, где развит деловой туризм. Во многих городах РФ цены на проживание в таких гостиницах слишком высоки для рядовых командированных. Действительно, иногда появление брендовой гостиницы высокого класса в том или



ином российском городе оказывается неоправданно. Предположим, в этом городе уже есть качественные небрендовые отели, которые справляются со своей задачей, и новый дорогой отель здесь лишний. При этом потребность в гостиницах экономкласса остается. При планировании необходимо все время помнить про то, о каком рынке идет речь, о каком именно госте. В каждом сегменте должен быть свой гость. Если мы говорим о городе, где часто проходят конференции, о размещении бизнес-групп, то рассматриваем наши бренды Holiday Inn и Crowne Plaza. Если речь идет об индивидуалах, которым нужно провести одну-две ночи и позавтракать, то это Holiday Inn Express. Мы говорим о цене номера в 3 тысячи рублей, включая завтрак. Это вполне сопоставимо с размером командировочных расходов, и при нормальном ведении бизнеса в этом сегменте можно построить достойный отель, который порадует гостей.

ИГ планирует открыть в столице самый большой Holiday Inn. Ожидается реализация ряда других проектов. Как, на ваш взгляд, все это повлияет на структуру спроса и предложения? Москва имеет много возможностей разместить гостей, помимо новых гостиниц, никто не отменял 25 тысяч номеров советского номерного фонда.

»» Главная задача заключается не в том, чтобы сделать Москву туристическим направлением, а в том, чтобы сделать Россию туристическим направлением. А Москва станет большим хабом, воротами в Россию.

Другой вопрос — в периоды высокого спроса действительно остро ощущается нехватка качественного предложения. Во время проведения больших выставок или других подобных мероприятий наша система выдает цену в 23 тысячи рублей за стандартный номер в Holiday Inn Сокольники, это best available rate. Конечно, люди удивляются: это очень дорого, дороже, чем в Нью-Йорке. Таким образом, есть неудовлетворенный спрос, который перетекает в советские гостиницы, когда проходит выставка или что-то еще, когда Москва забита.

Для нас это показатель потенциала, показатель того, что если мы построим еще одну гостиницу, то клиенты придут сами. Не надо увеличивать турпоток в Москву, чтобы загрузить еще 5–7 тысяч номеров в отелях международных компаний. Этот поток уже здесь есть.

Люди просто будут переходить из «убитого» советского фонда в нормальные гостиницы.

Собственники должны понимать, что надо тратить деньги на реновацию, стать брендами. Но это сложно сделать без серьезных вложений, достаточно посмотреть на многие отели советского периода, где необходима серьезная реконструкция для приведения их к стандартам международных брендов.

Но и сейчас это гостиницы смогут наполнить рынок, удовлетворить определенный спрос, компенсируя недостаток предложения в качественном сегменте. Я думаю, еще долго мы будем видеть ценовой разрыв, разрыв в предложении, при котором не будет хватать качественных гостиниц в среднем ценовом сегменте. Новый Holiday Inn не заполнит этого, тем более что он будет работать в субрынке «Крокуса Экспо» с выставками 300 дней в году, концертами, большим объемом бизнес-потоков.

Могут ли отельеры повлиять на туристическую привлекательность российской столицы?

Главная задача заключается не в том, чтобы сделать Москву туристическим направлением, а в том, чтобы сделать Россию туристическим направлением. А Москва станет большим хабом, воротами в Россию. Люди, приезжающие на Байкал, Алтай, в города Золотого кольца смогут проводить в столице несколько дней и отправляться дальше. Таким образом, в Москве выровняется загрузка гостиниц в течение года, вырастет турпоток, пойдут инвестиции и расширится предложение в эконом-сегменте. Сегодня такие отели строить невыгодно, поскольку вопросы согласования и подключения к коммуникациям «вымывают» инвесторов из среднего сегмента. Если в Москву пойдет турпоток, сгладится сезонность, исчезнет проблема выходных дней.

На мой взгляд, сама по себе Москва как туристическое направление пока ничего собой не представляет. Путь к развитию бренда «Москва» еще надо пройти. Москва должна стать первым шагом в Россию. Этот тезис мог бы лечь в основу глобальной стратегии развития

туризма в Россию, и даже в СНГ, поскольку из Москвы можно отправиться не только на Байкал, но и в Киев, Минск, Ереван, Тбилиси.

Как обстоят дела с кадрами в российском гостиничном бизнесе? Сколько специалистов необходимо привлечь из-за границы, чтобы открыть в России отель международного оператора?

Когда открывается гостиница под брендом Intercontinental, например, такая, как на Тверской, то речь в основном идет о генеральном менеджере, иногда — о главе службы питания и о главе отдела продаж. Этих специалистов мы приглашаем из-за границы в том случае, если речь идет об открытии отеля высокого класса.

Если открывается Holiday Inn, то в этом нет необходимости. В целом наша задача заключается в том, чтобы снизить зависимость от иностранных менеджеров и дать возможность тем, кто показал себя как лидер, обучать других.

В нашем Intercontinental в Киеве генеральный менеджер — иностранец. Собственник счастлив, потому что это действительно лучший отель на Украине. Им управляет человек, который имеет опыт руководства гостиницами класса «люкс», имеет соответствующий статус, чтобы общаться с главами государств, представителями власти, знаменитостями. Безусловно, на уровне гостиниц среднего ценового сегмента это не так нужно, нужен просто лидер, который сумеет сплотить коллектив, сделать из него работающую команду. Чем больше таких лидеров мы сможем вырастить здесь, внутри рынка, тем лучше. Но иностранцы — это тот самый пул учителей, которые могут обучить российских специалистов.

Когда говорят о кадровой проблеме, часто под этим подразумевается проблема со средним и младшим персоналом.

Проблема в том, что в России каждый человек — «менеджер». Выпускник выходит из школы, его спрашивают, кем ты хочешь быть, и он отвечает: «Менеджером». Профессионального обучения в стране почти нет, утеряны навыки людей работать, начиная с низких позиций, с пониманием того, что у тебя есть перспектива.

А в гостиничном бизнесе важно пройти весь путь. Основная масса руководителей высшего звена, которые работают сейчас, начинали в 1990-х годах, когда, выучив английский язык, они начинали работать за стойкой в гостинице. Это люди, которые понимают логику карьерного развития в гостиничной сфере. Сейчас люди обучаются в школах и академиях гостиничного сервиса, состоятельные даже ездят в Лозанну, а потом приходят и предлагают их нанять сразу на высокие позиции. Но в нашем бизнесе нужно начинать с азов и двигаться дальше по карьерной лестнице. Наша система позволяет это сделать.

>>> Когда в футбольную команду приглашают тренера и команда после этого забивает голы, никто не говорит о том, что тренер не знает русской ментальности. Когда начинаются поражения, о тренере тут же начинают говорить, что он не из России и ничего не понимает.

Принцип матрешки

В наступившем году гостиничный рынок Москвы ожидает ряд громких открытий. Помимо нескольких новых отелей высокого класса, в столице продолжают появляться качественные объекты размещения в сегменте экономкласса. Сохранится ли эта тенденция и как она повлияет на структуру клиентского спроса?

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

ОТКРЫТИЯ ГОДА

В 2013 году в Москве откроется более десятка отелей международных брендов. В их числе Novotel в составе «Москва-Сити», гостиницы вблизи аэропортов Внуково (Hilton) и Шереметьево (Sheraton), на Арбате начнет работу отель Marriott. При этом предложение на гостиничном рынке Москвы постепенно меняется: помимо того, что растет число объектов размещения, они становятся более разнообразными.

В ближайшие несколько лет в Москве существенно расширится предложение в сегменте экономкласса. В частности, в 2014 году в столице планируется открыть самый большой в Европе Holiday Inn, рассчитанный более чем на тысячу номеров. Гостиница будет располагать залами для конференций и семинаров, спортбаром, двумя ресторанами и фитнес-центром. Отель построят в рамках развития проекта «Крокус Сити» и, как предполагается, он станет неотъемлемой частью всех проходящих в комплексе мероприятий.

Пока по числу хостелов и гостиниц экономкласса столица уступает Санкт-Петербургу, не говоря уже о европейских столицах. Но первые шаги в этом направлении уже сделаны. По данным московского комитета по туризму и гостиничному хозяйству, в городе работают 77 хостелов, номерной фонд которых превышает 690 номеров (более 3 тысяч мест). В 2012 году в столице открылись 15 хостелов на 147 комнат (на 740 мест). В наступившем году на базе московской гостиницы «Останкино» откроется самый большой в столице хостел. На базе «Останкино» и ранее работал хостел на 14 номеров, рассчитанный на 51 гостя. В 2013 году будут введены в строй еще 80 номеров, в каждом из которых могут разместиться три-четыре человека. «Принято решение перевести часть номерного фонда гостиницы в категорию хостел. Сейчас эти номера работают с крайне низкой доходностью. В них сделают ремонт и установят новую мебель. Оборудуют общественные помещения: санузел, столовую, где можно будет приготовить еду, комнаты отдыха», — расска-

В небесах и у озера

Генеральный директор управляющей компании Асгор в России и СНГ АЛЕКСИС ДЕЛАРОФФ отмечает, что для Асгор в России 2012 год оказался очень продуктивным

На рынок Москвы был выведен бренд Mercure, второй (после Ibis) по количеству номеров сетевой гостиничный бренд в Европе. Отель Mercure Арбат, первый представитель бренда в России, на мой взгляд, получился очень удачным. Отличное месторасположение, неповторимая атмосфера, привлекающая бизнес-путешественников, которые за короткое время уже успели оценить его по достоинству. Вслед за ним в конце года открылись две другие гостиницы под тем же брендом, обе в курортных зонах. Это Mercure Бухта Копри-

но на живописном берегу Рыбинского водохранилища и Mercure Роза Хутор на горнолыжной базе в Красной Поляне. Немного задержались еще два открытия, ожидаемые нами и нашими клиентами. Это Novotel в деловом центре Москва-Сити, который не только значительно увеличит качественный номерной фонд на московском рынке, но и предложит современные конференц-возможности для бизнеса, а также Mercure в Липецке, ориентированный на бизнес-путешественников. Обе гостиницы откроются в начале

2013 года, который тоже обещает быть достаточно насыщенным. Запланирован запуск в России современного высокотехнологичного 5-звездного бренда бизнес-класса Pullman — первая гостиница откроется в Сочи. Расширится сеть Mercure — новые отели под этим брендом появятся в Москве, Сочи и Тюмени. Будет расширяться сеть Ibis — нашего мирового мегабренда экономкласса. В Калининграде откроется Ibis, построенный совместно с глобальным партнером Асгор — турецкой компанией АКФЕН. Ibis появится в под-



московном Ступине. Все это — результаты многолетней работы, так как на претворение в жизнь одного проекта уходит как минимум три года. Тем временем подписано много новых договоров на управление гостиницами, которые появятся на рынке через несколько лет.

зывает коммерческий директор «Останкино» Виталий Кузовлев. Постояльцы хостела смогут воспользоваться ресторанами, кафе, конференц-залами гостиницы. Стоимость ночевки в хостеле — от 500 рублей.

Стоит упомянуть озвученные недавно властями Подмосковья планы по строительству в регионе сети недорогих гостиниц в рамках программы «Губернское кольцо Подмосковья». Как сообщил министр физической культуры, спорта, туризма и работы с молодежью Московской области Амир Галлямов, на развитие туризма в 2013 году планируется выделить 82 млн рублей, из них 75 млн рублей пойдут на развитие инфраструктуры «Губернского кольца». Пока запланировано строительство 44 объектов недвижимости (отелей 3*) в 26 муниципальных образованиях. В теории недорогое размещение в Подмосковье может стать привлекательным для туристов: из ряда районов области легко добраться до столицы.

ВОПРОС ПРЕСТИЖА

Сегмент отелей класса «люкс» в столице близок к насыщению с учетом реализации заявленных проектов. Сейчас, по оценкам компании Jones Lang La Salle, к этому сегменту в Москве можно отнести 8–9 гостиниц на 2100–2500 номеров. Как отмечает исполнительный вице-президент и руководитель Jones Lang La Salle

eHotels по России и СНГ Марина Усенко, после кризиса 2008–2009 годов спрос на такое размещение качественно не изменился. Однако он однозначно стал более чувствительным к стоимости размещения.

По данным компании, за первые 9 месяцев 2012 года загрузка гостиниц класса «люкс» составила 63%, что на 9% выше, чем за аналогичный период 2011 года. В то же время, как отмечает эксперт, цены на проживание демонстрируют совсем небольшой рост, не превышающий 2% в рублях, и за первые 9 месяцев 2012 года средняя цена на номер в гостинице класса «люкс» составила 11300 рублей (чуть более 350 долларов).

Для сравнения, в парижских гостиницах «люкс» (номерной фонд — 781 единиц) загрузка достигает 70%, а средняя цена за номер — 1207 долларов в сутки. «Также нужно понимать, что у нас многие объекты, традиционно позиционирующиеся как класс «люкс», относятся к нему лишь условно, так как требуют серьезного обновления или капитального ремонта», — отмечает Марина Усенко.

Несмотря на то, что рынок люксовых отелей в Москве практически сформировался, в городе все еще есть возможности для развития топовых гостиничных брендов, — считают представители гостиничного бизнеса. «В Москве спрос существует на любой сегмент размещения, все находят своих клиентов. Что касается класса «люкс», операторы внимательно изучают растущие и меняющи-

TOP-5

ЛУЧШИЕ ОТЕЛИ РОССИИ ПО ВЕРСИИ TRIPADVISOR

1. Swissotel Красные Холмы — Москва
2. Lotte Hotel Moscow — Москва
3. Mercure Arbat Moscow — Москва
4. Pushka Inn — Санкт-Петербург
5. Katerina Park Hotel — Москва

Источник: рейтинг Travelers'Choice Hotels

Притормозили

Для Северной столицы прошедший год оказался одним из самых неудачных по части ввода новых гостиничных мощностей

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

В Санкт-Петербурге из запланированных на 2012 год немногим более чем 670 номеров в качественных отелях в реальности начали принимать гостей всего 253. В течение года из объектов такого рода (т. е. с емкостью свыше 50 номеров и с категорией от 3*) в городе на Неве открылись лишь Domina Prestige (5*, 109 номеров), «Балтия» (3*, 90 номеров) и Red Stars (3*, 54 номера).

Ожидавшееся в 2012 году открытие сразу 3 крупных гостиниц, управлять которыми намеревались зарубежные операторы, так и не состоялось. Прием постояльцев в Four Seasons Lion Palace

(5*, 177 номеров, оператор Four Seasons), а также в отеле класса luxury Hotel Indigo St. Petersburg Tchaikovskogo (119 номеров, оператор — InterContinental Hotel Group) перенесен на весну 2013 года.

«Бронирование номеров в нашем отеле возможно и сейчас, однако его открытие состоится только 15 мая», — подтвердили в Hotel Indigo St. Petersburg Tchaikovskogo. Третья гостиница (Swissotel, 5*, 170 номеров), управлять которой должен был Fairmont Raffles Hotels International, также в строй не введена: теперь она станет «фирменным» отелем Государственного Эрмитажа и, как ожидается, откроется к началу лет-

него сезона 2013 года.

Объем ввода номеров в «качественных» отелях Петербурга в 2012 году оказался наименьшим за последние 5 лет и упорно снижается три последних года. Это похоже на тенденцию: по прогнозам аналитиков компании Colliers International, в ближайшие 4 года в городе на Неве будет введено в строй не более 1,3 тысячи комнат в «качественных» гостиницах, в то время как вплоть до 2010 года в Петербурге ежегодно появлялось не менее тысячи новых номеров. Наиболее перспективным в этой сфере эксперты называют организацию хостелов. По оценке

генерального директора компании London Real Invest Зоси Захаровой, их загрузка в Петербурге примерно на 15% выше, чем в любых других объектах размещения. «Из-за невысокой стоимости размещения хостелы пользуются активным спросом среди молодежи и туристических групп как из зарубежных стран, так и из различных городов России, — считает эксперт. — А поскольку затраты на их обустройство сравнительно невелики, рентабельность такого бизнеса может достигать 20%. Что и позволяет говорить о возможном развитии хостелов в ближайшие годы».



еся потребности своих клиентов, поэтому появляются бренды, сильно отличающиеся друг от друга и имеющие своих приверженцев, вкусы которых они удовлетворяют», — считает генеральный директор управляющей компании Ассог в России и СНГ Алексис Деларофф. Кроме того, как отмечает эксперт, для многих брендов класса «люкс» присутствие в мировых столицах — вопрос престижа, поэтому на рынок пытаются выйти те, кто в свое время не оценил Россию как перспективный рынок, обладающий высоким потенциалом. «Предложение в по-настоящему люксовом сегменте может быть шире, — уверен старший директор по развитию бизнеса компании Rezidor Дарен Бланчард. — В Москве, богатом и оживленном культурном городе, есть возможность для развития топовых гостиничных брендов класса «люкс». Таких, например, как утонченный бренд Regent Hotels или креативный и фешенебельный Hotel Missoni». Михаил Колесник, директор по развитию в России и странах СНГ корпорации Marriott International Inc.,

считает, что дальнейшее развитие сегмента гостиниц высокого класса в Москве возможно за счет дизайнерских lifestyle-отелей «люкс».

В ФОКУСЕ — «ЭКОНОМ»

Эксперты традиционно отмечают все сложности развития подобных проектов в столице. «Как правило, затраты по проекту в Москве очень высоки и поэтому именно высокий и люксовый сегменты насыщается быстрее. Компания Marriott делает ставку на развитие отелей среднерыночной категории Courtyard by Marriott в тех московских проектах, где это экономически целесообразно для инвестора, например, в районе Павелецкой», — рассказывает Михаил Колесник. Фактор расположения как ключевой для успеха гостиниц среднего ценового сегмента отмечает и Марина Усенко: «Как и для дорогих отелей, для успеха гостиниц эконом-класса критичен фактор расположения в логичном месте.

Дефицит был и есть

Каких гостиниц не хватает столице с точки зрения деловых туристов? Эксперт «ТБ» — владелец компании «ATH American Express» **АНДРЕЙ ВОРОНИН**.

Как можно оценить предложение на гостиничном рынке Москвы, насколько оно может удовлетворить требования больших групп туристов?

В Москву ведут все деловые дороги России, здесь происходят главные события, влияющие на развитие бизнеса. В мире бизнес-трэвел Москва — это мозговой центр, здесь расположено большинство российских головных офисов международных компаний. Посещая производства в регионах, трудно обойтись простой пересадкой на другой рейс, как правило, есть еще операционные и административные дела в Москве. Организуя конференции, мы часто сталкиваемся с дефицитом размещения, соответствующего запросу наших клиентов.

Какого размещения, на ваш взгляд, не хватает на столичном рынке?

Чувствуется ли перекос в сторону качественного люкс-предложения?

Ключевой момент — соответствие качества услуг отеля международным стандартам. По нашей статистике, наиболее востребованным размещением для командировочных являются 3-звездные отели. Однако, запрашивая размещение в гостинице категории 3 звезды, клиенты ориентируются на международные стандарты и часто представляют себе отель совсем не того уровня, который получают в реальности. Другой востребованный формат размещения — хорошие 4-звездные отели с возможностями для проведения деловых мероприятий.

Насколько, на ваш взгляд, размещение в отелях 3* может быть востребовано в Москве?

Качественные 3 звезды — идеальный вариант для командировок в

условиях политики оптимизации расходов, принятой сейчас многими корпорациями на глобальном уровне. Наша задача — экономия трэвел-бюджетов крупных компаний, которые составляют миллионы и даже десятки миллионов долларов в год.

Несколько лет назад, до кризиса, существовал дефицит гостиниц международного уровня. Сейчас ситуация существенно изменилась. Компании стали куда серьезнее относиться к своим расходам, управление трэвел-бюджетами стало более системным.

Экономичные гостиницы известных брендов при условии качественного обслуживания и правильного маркетинга однозначно себя оправдывают.

Как вы оцениваете реальный спрос на размещение в объектах класса «люкс»?

Мне сложно подтвердить рост спроса на дорогие номера. По



нашим данным, ситуация довольно ровная. Конкуренция в люксовом сегменте, как и в любом другом, только во благо. Так или иначе, всем игрокам придется постараться. От этого выиграют клиенты, так как им будет предложено лучшее качество обслуживания, а цены начнут двигаться вниз. Город получит больше хороших гостиниц, и, следовательно, больше платежеспособных посетителей.

Пока же Москва удерживает первое место в мире по средней стоимости гостиничного номера (по данным исследования HYG). На август 2012 года этот показатель составляет 12 412 рублей (на 3% выше, чем годом ранее).

В качестве примера можно привести Ibis, расположенный в районе станции метро «Павелецкая», популярность которого обусловлена близостью к метро, станции «Аэроэкспресса», идущего в Домодедово, а также «правильным» окружением в виде развитой деловой зоны со множеством офисных зданий в пешей доступности. Несмотря на базовый стандарт размещения, заявленная цена на номер здесь составляет около 200 долларов».

«Если спрос на гостиничные номера будет опережать предложение, а макроэкономические показатели при этом будут стимулировать дальнейшее развитие московского рынка, все больше отелей средней ценовой категории будет появляться в Москве и в Подмосковье», — отмечает Дарен Бланчард.

По мнению эксперта, интерес к таким проектам был всегда, однако проблема заключается в доступности соответствующих площадок для развития объекта. «Разумеется, в фокусе внимания — и не без участия СМИ — всегда были отели класса «люкс». Тем не менее наблюдается непрерывный рост спроса и предложения на гостиничные номера среднего ценового сегмента, например, в отелях бренда Park Inn by Radisson», — подчеркивает он.

Несмотря на все сложности, сопровождающие реализацию проекта гостиницы среднего ценового сегмента, эксперты оценивают этот бизнес как достаточно прибыльный и при этом менее рискованный, чем другие виды вложений. «Безусловно, срок окупаемости гостиничных объектов (во всех сегментах) увеличился по сравнению с концом 1990-х — началом 2000-х годов, как, впрочем, и любых других объектов коммерческой недвижимости, — отмечает Алексис Деларофф. — Тем не менее, с уверенностью могу сказать, что для инвесторов гостиничный бизнес остается прибыльным, и сегмент экономкласса в настоящий момент является наименее рискованным для долгосрочных вложений».

ОТКРЫТЬ ДВЕРИ

Появление объектов размещения экономкласса может сильно повлиять на развитие культурно-познавательного туризма в Москве. «Как правило, туристы чувствительны к ценам, поэтому для них гостиницы средней ценовой категории являются наиболее приемлемым вариантом временного пребывания», — говорит Марина Усенко. По подсчетам Jones Lang La Salle Hotels, за первые 9 месяцев 2012 года средняя цена за номер в гостинице стандарта mid-market в Москве составила около 4900 рублей (158 долларов).

«В 2012 году налицо тенденция увеличения выручки гостиниц исключительно за счет увеличения загрузки, а не за счет роста цен на размещение. Клиенты сохраняют высокую чувствительность к повышению цен,

поэтому сегодня гостиницам, не предлагающим своим гостям интересные и выгодные акции, довольно трудно продвигать себя на рынке», — добавляет эксперт. Несмотря на ряд объективных препятствий для развития культурно-познавательного туризма, Москва остается туристическим лицом России, городом, с которого большинство иностранцев начинает открывать для себя страну. «Если представить образ России в туристических буклетах, то это будут Красная площадь и собор Василия Блаженного, то есть Москва», — подчеркивает Алексис Деларофф. — Еще лет 10 назад Москва была популярным туристическим направлением наряду с Питером. Но когда снесли отели туристического класса типа «России» и «Интуриста», стоимость проживания стала несовместимой с массовым турпотоком, Москва исчезла с туристической карты мира. Поэтому строительство гостиниц уровня 3 звезды — один из ключевых вопросов для развития туризма в городе». Дарен Бланчард отмечает, что в последнее время интерес к столице со стороны туристов растет: об этом говорит увеличивающийся спрос на размещение в ранее спокойные летние месяцы. По мнению эксперта, Москва могла бы пойти по пути ряда европейских столиц, где высокий уровень туристического спроса в выходные дни сочетается с загрузкой за счет бизнес-туристов в течение рабочей недели.

TOP-5

ЛУЧШИЕ ОТЕЛИ МИРА ПО ВЕРСИИ TRIPADVISOR

1. Four Seasons Resort Hualalai at Historic Ka'upulehu — США, Гавайские острова
2. Cape Grace — ЮАР, Кейптаун
3. Onyria Marinha Edition Hotel & Thalasso — Португалия, Кашкайш
4. Rudding Park Hotel — Великобритания, Йоркшир
5. The Upper House — КНР, Гонконг

Источник: рейтинг Travelers'Choice Hotels



ГОСТИНИЦА НОВОТЕЛЬ ШЕРЕМЕТЬЕВО:
ВЕЛИКОЛЕПИЕ ИЗЫСКАННЫХ БЛЮД
МУЛЬТИНАЦИОНАЛЬНОЙ КУХНИ
В НОВОМ МОДНОМ «ФЬЮЖН ГРИЛЬ & БАР»!

Слияние лучших кулинарных традиций мира добавит яркие нотки в мелодию вкуса!

tel: +7 (495) 626-59-00
fax: +7 (495) 626-59-05
e-mail: meeting@novotel.ru

Бронирование на **novotel.ru**

Novotel Hotels
Designed for natural living

GDS CODES: Amadeus: RT M0WNOV Galileo: RT 23814 Sabre: RT 29959 Worldspan: RT NVMQW

ФОКУС-ОТКРЫТИЯ



RADISSON BLU BEACH RESORT & SPA

КАТЕГОРИЯ:

5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ:

четвертый квартал 2013 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ:

Черноморское побережье Сочи

НОМЕРНОЙ ФОНД:

508 номеров с фирменными для бренда Radisson Blu услугами

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ:

три ресторана, два бара, бизнес-центр, конференц-зона, включающая три отдельные комнаты для проведения деловых встреч и дополнительный многофункциональный конференц-зал общей площадью 1540 квадратных метров.

СПРАВКА «ТБ»:

Radisson Blu Beach Resort & Spa – вторая отель этого бренда в Сочи. Сейчас здесь работает новый Radisson Blu Resort & Congress Centre, расположенный в Адлерском районе, вблизи спортивных объектов Олимпийского парка в Имеретинской низменности. К Олимпийским играм Rezidor также открывает два отеля Park Inn. Один из них, на курорте Роза Хутор, уже принимает гостей. Вторая гостиница откро-

ется в центре Сочи в начале 2013 года. Radisson Blu Beach Resort & Spa станет крупнейшим российским курортом уровня upscale, в инфраструктуру которого войдет спа-центр площадью 2 тысячи квадратных метров, территория с открытыми бассейнами площадью 2 400 квадратных метров, а также собственный пляж протяженностью 450 метров.

«С реализацией этого проекта наш номерной фонд в строящихся и действующих отелях в регионе Сочи вырастет до 2 700 комнат, что серьезно укрепляет ведущие позиции компании на российском рынке», – комментирует Курт Риттер, президент и генеральный директор TheRezidorHotelGroup.



AZIMUT MOSCOW TULSKAYA HOTEL

КАТЕГОРИЯ:

3*

ДАТА ОТКРЫТИЯ:

первых гостей отель принял в июне 2012 года, 6 декабря 2012 года состоялась официальная церемония открытия.

РАСПОЛОЖЕНИЕ:

Москва, Варшавское шоссе, д. 9. Отель расположен на территории делового loft-квартала «Даниловская мануфактура» в историческом здании 1867 года постройки, в 5 км от Кремля

НОМЕРНОЙ ФОНД:

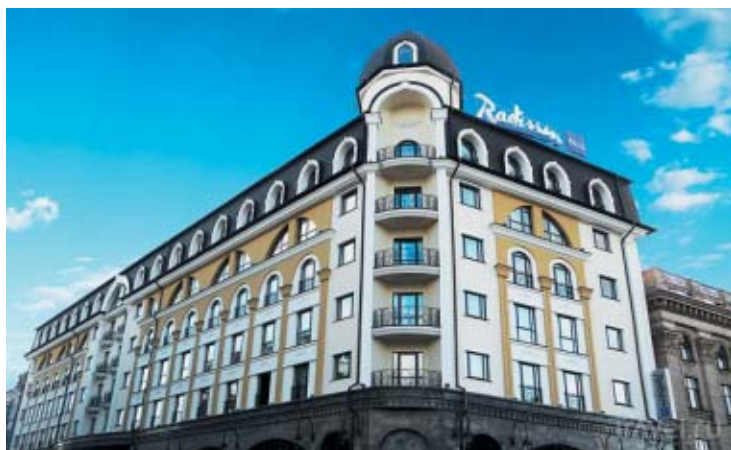
144 номера первого поколения Smart. В каждом номере – письменный стол, холодильник, собственная ванная комната с бесплатными туалетными принадлежностями и феном.

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ:

ресторан европейской кухни «Мануфактура». На всей территории отеля работает бесплатный интернет по протоколу Wi-Fi.

СПРАВКА «ТБ»:

«Открытие отеля AZIMUT MoscowTulskaya символизирует новый этап развития компании, – считает генеральный директор AZIMUT Hotels Ремко Герритсен. – В отеле воплощены все инновационные разработки, которые мы планируем тиражировать во всех отелях сети. Началась реновация отелей в Санкт-Петербурге, Воронеже, Уфе, Костроме. В ближайшие два года мы планируем инвестировать около миллиарда рублей в реновацию отелей, делая их более технологичными и комфортными для гостей. Помимо реновации действующих отелей, мы планируем активную экспансию в российские регионы и страны СНГ».



RADISSON BLU HOTEL KIEV, PODIL

КАТЕГОРИЯ:

4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ:

20 ноября 2012 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ:

Киев, ул. Ярослав вил, д. 22

НОМЕРНОЙ ФОНД:

164 стильных дизайнерских номеров, в том числе 138 номеров категории «стандарт», 2 номера для людей с ограниченными возможностями, 19

номеров категории «бизнес», 4 номера категории «люкс» и президентские апартаменты. Все номера оснащены удобными кроватями, системой климат-контроля, доступом к интернету (Wi-Fi и проводной интернет), LCD-телевизором, набором для приготовления чая и кофе. Есть фен, утюг и гладильная доска, сейф, мини-бар, бесплатная минеральная вода.

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ:

ресторан «Старокиевский», кафе «Кафе 17»
Инфраструктура отеля включает лобби-бар, тренажерный зал, парковку на 24 места, многофункциональную конференц-зону на 6 залов, а также отдельную зону для кофе-брейков на балконах, где можно организовать фуршет на 200 гостей. Отель предла-

гает фирменные для бренда Radisson Blu услуги, в том числе бесплатный высокоскоростной доступ в интернет.

СПРАВКА «ТБ»:

Новый отель расположен на Подоле, который стал одним из самых оживленных туристических центров Киева. Здесь множество уютных ресторанов, кафе и сувенирных лавок. На Конрактной площади, где стоит гостиница, проходят красочные ярмарки. От Подола гости легко доберутся до всех основных достопримечательностей и бизнес-объектов: до Михайловского Златоверхого монастыря можно доехать на фуникулере, до Андреевского спуска можно пройти пешком за 3 минуты. Международный терминал аэропорта Борисполь находится всего в 37 км от отеля.

Калужский «Карс»

В Козельске, на берегу реки Жиздры, возле развилки дорог на Калугу и монастырь Оптину пустынь, открылся гостинично-ресторанный комплекс «Карс» на 27 номеров.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

«Калужский Карс» — первая в Козельске гостиница нового поколения, из окон которой открывается вид на Оптину пустынь, — предоставляет номера четырех категорий: стандарт одноместный, стандарт двухместный, делюкс и люкс. Есть зона бесплатного интернета. Открытие комфортабельной гостиницы, несомненно, даст новый импульс развитию туризма в Козельске — сегодня его посещает до 60 тысяч туристов в год. За последние годы исторический центр города значительно преобразился: поднята из руин церковь Святого Духа с колокольней, восстанавливается главный собор города — Успенский, пере-

ехал в новое здание Историко-краеведческий музей, открыта памятная часовня и мемориал героическим защитникам города от татаро-монголов в 1238 году. «Шестьдесят тысяч — показатель, конечно, неплохой, — считает Елена Губарева, директор Козельского бюро путешествий и экскурсий, одного из главных операторов по въездному туризму в Калужской области. — Но с учетом нашего потенциала турпоток мог бы быть значительно больше. Предлагаемые нами маршруты ведут, например, в мало пока кому известную пустынь Спаса Нерукотворного в селе Клыкково. Здесь находится древнее языческое капище, где



проповедовал преподобный Кукуша — выдающийся мыслитель домонгольской поры. Сюда после закрытия в 1924 году Оптиной пустыни переселились многие ее иноки. Сегодня туризм в Козельске имеет отчетливый «паломнический» акцент, а его потенциал именно как Города Воинской Славы используется явно недостаточно. Очень немногие туристы добираются до находящегося в 15 км от Козельска уникального памятника природы — Чертова (ударение на втором слоге) городища».

Кроме того, по мнению Елены Губаревой, Козельск мог бы стать центром как уже существующих, так и пока только создающихся межрегиональных маршрутов местного значения, соединяющих районы Калужской (Боровский, Малоярославецкий, Тарусский, Перемышльский) и Тульской (Поленово, Белёв, Ясная Поляна) областей. Базой для них могут служить уже открытый «Карс» и гостиница близ Шамординского монастыря, строительство которой начнется в ближайшее время.

Кредо Вальтера Нойманна



Петербургский отель «Астория» работает уже 100 лет. В 1912 году открытие гостиницы приурочили к торжествам по случаю 300-летия Дома Романовых. Автором здания в стиле северного модерна стал архитектор Федор Лидваль. Это историческая и архитектурная достопримечательность национального уровня. С 1997 года гостиница находится под управлением семьи известного британского отельера Рокко Форте. «Астория» – моя страсть, хобби и работа», – так говорит генеральный директор отеля **ВАЛЬТЕР НОЙМАНН**.

БЕСЕДОВАЛ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

»» Я не очень люблю кофе, но каждый день выпиваю по 10-15 чашек. Следует заметить, это моя единственная плохая привычка. К сожалению, она является частью работы, поскольку кофе бодрит, а мне постоянно нужно поддерживать бодрость духа. Мне нравится «Латте Маккиато», особенно если он искусно приготовлен вручную из свежемолотых зерен, как его делают у нас в отеле.

Вальтер, вы давно работаете в гостиничном бизнесе? Поскольку я сын отельера, можно сказать, что начал свою профессиональную деятельность в раннем детстве. Если серьезно, то в отельном бизнесе я уже 38 лет. Моя карьера началась в Германии. Добавлю, что живу в отеле вместе с семьей.

Для отельера важно иметь специальное образование? Не только важно, но и обязательно. Я руковожу компанией, в которой работают более 400 человек, имею дело с большими деньгами, поэтому мне необходимо быть не только опытным, но и образованным специалистом отельного бизнеса.

«Астория» входит в коллекцию Rocco Forte Hotels. Это единственная российская гостиница цепочки? The Rocco Forte Hotels, основанная сэром Рокко Форте в 1996 году, объединяет 13 пятизвездных отелей и курор-

тов класса «люкс», расположенных в Лондоне, Брюсселе, Риме, Праге, Флоренции и других городах мира. Все отели размещаются в исторических зданиях. Современный декор интерьеров выполнен дизайнером Ольгой Полицци, сестрой Рокко Форте, которая черпает вдохновение в истории каждого города, где находится отель. «Астория» — единственная российская гостиница сети. Ее интерьеры являются уникальными в художественном отношении.

Отелю недавно исполнилось 100 лет. Как вы встретили юбилейную дату? Прежде всего, делами. Например, в честь 100-летия мы запустили программу поддержки местных фермеров — в меню ресторана «Давыдов», гостиной «Ротонда» и бара «Кандинский» присутствуют блюда из экологически чистых, сезонных продуктов из фермерских хозяйств Ленинградской области. Мы также представили программу «Петербург для детей», направленную на развитие семейного туризма.

Можно считать гостиницу исторической достопримечательностью Петербурга?

Я люблю Россию и как человек, связанный с Петербургом уже более четверти века, считаю, что «Астория» — историческая достопримечательность не только города, но и страны. На мой взгляд, в России всего четыре отеля, которые одновременно являются городскими достопримечательностями. Это Metropol и National в Москве, Grand Hotel Europe и Astoria в Петербурге. Несомненно, эти гостиницы сыграли определенную роль в истории России.

Каковы основные достоинства «Астории»?

Идеальное месторасположение, статус исторической достопримечательности и истинно русские традиции гостеприимства. Мне нравится гостиная «Ротонда», откуда открывается великолепный вид на внутреннее убранство отеля — банкетное фойе, стойку службы приема, ресторан, бар «Кандинский», но еще более захватывает дух от вида величественной Исаакиевской площади и Исаакиевского собора.

В 2012 году «Астория» была награждена порталом TripAdvisor как победитель Certificate of Excellence. Журнал Forbes назвал ее одним из самых романтических отелей в мире, а журнал Conde Nast Traveller в декабре 2012 года включил «Асторию» в пятерку лучших городских отелей России.

Можете назвать имена ваших известных гостей?

Наша книга отзывов ведется на протяжении столетия и представляет собой настоящую историческую летопись. В ней есть автографы Герберта Уэллса, Григория Распутина, Михаила Булгакова, Анны Ахматовой, Джини Лоллобриджи, Лучано Паваротти, Пьера Кардена, Мадонны, Элтона Джона, Жана-Поля Готье, Маргарет Тэтчер, Тони Блэра, принца Чарльза, короля Марокко, Алена Делона, Джека Николсона, Марчелло Мастроянни, Владимира Высоцкого, Олега Янковского и многих других знаменитостей.

Вы сотрудничаете с петербургскими театрами?

«Астория» имеет собственную ложу в Мариинском театре. Для наших гостей могут организовать «закулисный» тур, во время которого можно узнать об особенностях протокола исторической Царской ложи и своими глазами увидеть всю сложность устройства пространства за сценой. Ложа в Мариинке — дань традиции, заложенной отелем еще в дореволюционные годы. Мы также сотрудничаем с Эрмитажем, который организует частные экскурсии с посещением закрытых для широкой публики запасников.

Расскажите о вашем шеф-поваре и фирменной кухне.

В апреле 2012 года кухню ресторанов и баров возглавил шеф-повар Иэн Миннис. Его карьера началась в Торонто в 1988 году, когда он присоединился к команде поваров на саммите G8, и продолжилась в Вашингтоне в отеле Willard, в котором останавливаются главы государств во время официальных визитов. В его семье Россия всегда вызывала большой интерес, в родительском доме Иэна была огромная библиотека русской литературы. С детства его любимой книгой

стал сборник русских народных сказок.

В юбилейный год «Астории» шеф-повар полностью обновил меню ресторанов и баров. В поисках частных фермерских хозяйств Иэн исколесил Россию вдоль и поперек, и в результате принял смелое решение создать меню, основой которого стали натуральные, экологически чистые продукты средней полосы России. Для начала в меню завтраков он включил молочные продукты с небольшой семейной фермы Little Italy в Тверской области.

Иэн является поклонником стиля фьюжн, он виртуозно смешивает ингредиенты, ароматы и вкусы из разных уголков мира. Например, он удивил всех новым предложением — Steak and eggs — стейком со страусиным яйцом. Следует заметить, что Иэн как представитель североамериканской культуры знает все секреты приготовления стейков.

Любите ли вы путешествовать?

Очень люблю. Это часть моей работы — мне нравится общаться с новыми людьми, получать впечатления от знакомства с неизвестными культурами. Путешествия — это часть моей жизни, ведь моя семья интернациональная, поскольку жена — русская. Я бывал во всех частях света, кроме Австралии. А любимой страной является та, где мне встречаются правильные люди, и где я чувствую себя как дома. Сейчас я точно знаю, что в Санкт-Петербурге — я дома. И это также дом моих детей.

Как вы проводите отпуск? Я семейный человек — у меня две дочери, но, к сожалению, нет возможности бывать с ними подолгу, поэтому отпуск предпочитаю проводить с семьей в тех странах, где нам комфортно. Скоро дети станут старше, и мы сможем путешествовать еще больше и еще дальше.

Что изменилось в отельном бизнесе за последние 20 лет?

Появились крупные международные сети, значительно усилилась маркетинговая политика. Даже убранство комнат изменилось кардинально. Сейчас в номере обязательно должны быть Wi-Fi, кондиционер, удобная кровать и еще множество разных мелочей. Усилилась конкуренция. Особенно большие изменения претерпел отельный бизнес в России — вспомните, сколько было гостиниц на российском рынке 20 лет назад, и сколько имеется сейчас.

Какой результат считаете для отеляера

самым главным? Самое важное для меня, чтобы люди, уезжая из гостиницы, были более счастливыми, чем когда приехали.

**ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА**

Вальтер Нойманн

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Германия

ОБРАЗОВАНИЕ

Высшее

ДОЛЖНОСТЬ

Генеральный директор
ЗАО «ГК Астория»

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

Санкт-Петербург

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

Женат, двое детей



Язычники до Марий Эл доведут

Республика Марий Эл (провозглашена 9 декабря 1992 года, площадь — 23,3 тысячи квадратных км, население — около 700 тысяч человек) входит в межрегиональную ассоциацию «Великая Волга». Достопримечательности региона до сих пор, к сожалению, мало известны на рынке, хотя республика является постоянным участником российских туристических выставок.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

Многие ли, например, знают о том, что марийцы — последние язычники Европы? Марийский пантеон насчитывает без малого 150 богов. В республике существует более 500 священных рощ, где, как и в давно минувшие времена, отправляют свои таинства жрецы-карты. Незнакомы большинству россиян и с природными чудесами Марий Эл. А ведь это свыше 200 озер — из них 89 относятся к крупным, более 400 рек, Национальный парк «Марий Чодра», заповедник «Большая Кокшага» и еще множество заповедных уголков природы по соседству с великой Волгой.

КРАСНЫЙ ЗНАЧИТ КРАСИВЫЙ

В последние годы привлекательной для туристов становится столица республики — Йошкар-Ола, что в переводе означает «красный город». Государева крепость на реке Кокшаге была основана в 1584 году по указу царя Федора Иоанновича и до 1919 называлась Царевкокшайском. В советские годы город лишился многих исторических памятников, а в новом веке снова стал меняться, причем весьма радикально. «Мне хотелось бы видеть в республике немецкий

порядок, английскую стабильность и итальянскую красоту», — говорит глава республики Марий Эл Леонид Маркелов. И Йошкар-Ола постепенно превращается в «маленькую Европу».

Центральная площадь города, носящая имя князя Оболенского-Ноготкова, первого царевкокшайского воеводы, весьма напоминает по стилистике венецианскую площадь Святого Марка, причем в ее ансамбль органично вписались памятник первому воеводе и уменьшенная копия московской Царь-пушки.

Одна из лучших гостиниц города носит имя миланского герцога Лодовико Моро — в одной из ниш фасада ему установлен памятник. Прошлой осенью на берегу реки Малой Кокшаги открыт Итальянский сад с памятником флорентийскому властителю Лоренцо Великолепному. Достаивающийся театр кукол очень напоминает знаменитый баварский замок Нойшванштайн. Одна из набережных построена «во вкусе» старинного бельгийского города Брюгге и носит его имя. Большое количество туристов привлекают местные «играющие» часы с фигурами. На одних на башне появляется ослик, несущий икону Божьей Матери Троиручицы, на других фигурки в течение 8 минут каждые три часа представляют Вход Господень в Иерусалим.

« Яркой достопримечательностью Йошкар-Олы стала площадь первого воеводы Оболенского-Ноготкова, построенная по инициативе президента Леонида Маркелова. Она выдержана в единой «венецианской» манере и уже успела стать любимым местом отдыха горожан.



ЧТОБЫ ВСПОМНИЛИ

Не обойдена и Россия: набережную Кокшаги украшают уменьшенные до двух третей копии Боровицкой и Спасской башен Московского Кремля. На бывшей площади Революции (когда-то на ней стоял Гостиный двор) воссоздан каменный царевококшайский кремль. В 2011 году в нем была поставлена опера «Царская невеста», а в 2012 году для горожан и гостей Йошкар-Олы бесплатно демонстрировались шедевры кинематографа. Восстановлен разрушенный в 1960-х годах кафедральный Вознесенский собор, на площади перед которым установлен памятник основателю города — царю Федору. Весьма популярными объектами показа являются скульптурные памятники Йошкар-Олы — их здесь немало. Традиционные посвящены императрице Елизавете Петровне, патриарху Алексию II, епископу Леониду, Петру и Февронии, Грейс Келли и князю Монако Ренье III, марийцу по национальности Йывану Кырле — исполнителю главной роли в первом советском звуковом фильме «Путевка в жизнь»). Но есть и те, что принято называть необычными, контактными или веселыми: Молотку, Каменщику, Древу Жизни и т.п. Наибольшее внимание привлекает установленная в центре города фигура Йошкина кота, открытая летом 2011 года. Немало в городе и иных достопримечательностей: небольшой, но запоминающийся музей истории города, музей ГУЛАГа — единственный в России музей такого рода, расположенный именно в том здании, где в 1930-е размещался НКВД.

ПОТЕНЦИАЛ НАМНОГО БОЛЬШЕ

Есть что посмотреть туристу и в марийской глубинке. Главная ее жемчужина — возведенный во вто-

РЕСПУБЛИКА МАРИЙ ЭЛ



рой половине XIX века в селе Юрино на берегу Волги огромный, в «романтическом» европейском стиле замок, принадлежавший средней (не графской) ветви рода Шереметевых. Замок, в части которого располагается небольшая гостиница на 50 мест, по единодушному мнению специалистов по речному туризму, может представлять большой интерес для пассажиров круизных теплоходов. Правда, пока неизвестно, как повлияет на судьбу выдающегося памятника, большая часть интерьеров которого нуждается в срочной реставрации, предполагающее повышение уровня Чебоксарского водохранилища.

Проблема сегодняшнего дня — в Юрино нет своего причала, а выделенные из казны средства на необходимое углубление дна, до сих пор не освоены. Кроме того, нужно «вписать» шереметевский замок в сложившееся расписание речных круизов.

Туризм объявлен одной из приоритетных отраслей экономического развития Республики Марий Эл. Действует программа развития туротрасли на 2011—2016 годы. Важной ее частью является строительство в глубинке туристических комплексов нового поколения (общее количество мест в коллективных средствах размещения по республике составляет около 5 тысяч). Таких, например, как рассчитанный пока что на 15 номеров комплекс «Раздолье» на реке Арде (Килемарский район, 85 км от Йошкар-Олы), предлагающий весьма широкий спектр услуг — от блюд национальной кухни до охоты в «заповедных и дремучих» окрестных лесах.

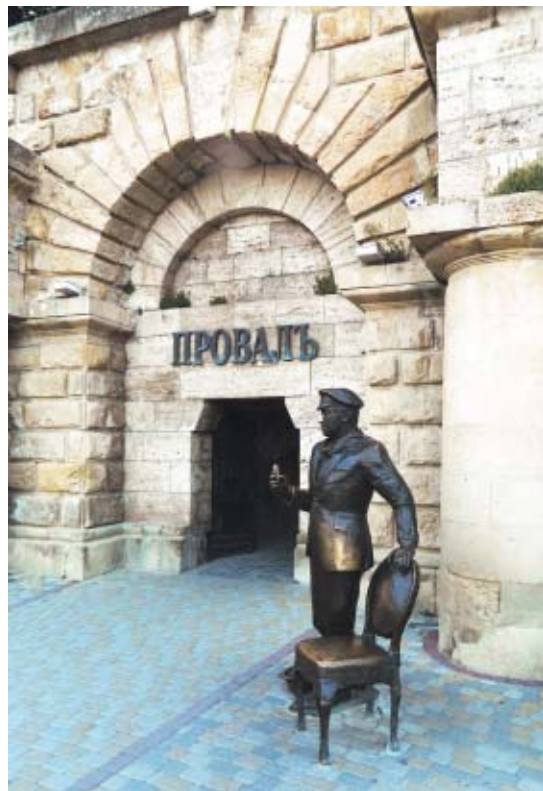
«Марий Эл по линии внутреннего туризма принимает около 250 тысяч человек в год, — отмечает глава республиканского Комитета по туризму Светлана Пуршева. — Это очень мало, если учитывать потенциал нашей республики».

ФИННО-УГОРСКИЕ КОРНИ

Интересен опыт Марий Эл по организации фестивалей и праздников. Например, здесь проводится семейный фестиваль «Йошкин кот» (Йошкар-Ола). Или певческий праздник «Пеледыш ай» («Земля предков») в Горномарийском районе. Главная тема праздника меняется каждый год. «В его подготовке деятельную помощь оказали едва ли не самые большие специалисты в Европе по организации подобных массовых мероприятий — эстонцы, — рассказывает заместитель главы района Евгений Смелов. — В 2012 году на «Пеледыш ай» приехали более 5 тысяч туристов из близлежащих регионов».



«« Винтажные объекты
Кавминвод вызывают теплые
ностальгические чувства.



Далеко ли до Бадена? Отсюда — далеко...

На курортах Кавминвод прекрасные возможности для бальнеолечения и оздоровительного туризма, но они отпугивают высокими ценами, «ненавязчивым» сервисом, непритязательным досугом

ТЕКСТ МИХАИЛ ШУГАЕВ

В советские времена на курортах Кавказских Минеральных Вод ежегодно отдыхали более 2 млн российских и иностранных гостей. С тех пор из местных целебных источников утекло много воды. После резкого падения спроса в начале 1990-х годов, постепенно турпоток в Ставрополье восстанавливается. В 2011 году здесь побывали 960 тысяч человек (в том числе — 107,5 тысячи иностранных туристов), что на 9% больше, чем годом ранее.

В туристской отрасли края работают 40 туроператоров, около 200 турагентств, 302 коллективных

средства размещения. В частности, в Кавминводах 132 предприятия санаторно-курортного комплекса на 33,5 тысячи мест. Но это не значит, что с развитием оздоровительного туризма в регионе все в порядке. Наоборот, несмотря на довольно высокий спрос, уникальные местные курорты стагнируют. До сих пор основную массу санаториев и пансионатов составляют средства размещения, мало изменившиеся с советских времен, с соответствующим уровнем сервиса. Многие из них существуют за счет «социальных» туристов. Но даже таких гостей уже не удовлетворяют обшарпанные номера, одно-

образное меню в столовых и устаревшее медицинское оборудование.

Конечно, за последнее время некоторые санатории были кардинально реконструированы за счет крупных инвесторов. Например, благодаря финансированию израильского миллиардера Льва Леваева появились роскошные спа-комплексы «Плаза» в Кисловодске и Железноводске, петербургские инвесторы полностью изменили облик кисловодского санатория «Солнечный», в их планах — открытие высококлассных санаториев «Версаль» и «Пикет» уровня 5 звезд.

Вполне по-европейски выглядят и пользуются спросом новые и модернизированные здравницы добывающих отраслей, санатории Управления делами президента, профсоюзов. Но все это — объекты, ориентированные на обеспеченного отдыхающего. А вот современных и доступных «рядовым» гостям оздоровительных комплексов в регионе мало. Если учесть, что за стандартный трехнедельный курс в одном из местных санаториев нужно отдать, включая недорогой перелет, около 100 тысяч рублей, становится понятно, почему многие россияне предпочитают Кисловодску Карловы Вары или даже Баден-Баден. Как считают руководители туротрасли края, дело здесь не только в неправильной ценовой политике

новых владельцев санаториев. Европейские курорты, кроме лечебных программ, предлагают отдыхающим еще целый комплекс туруслуг. Например, интересные экскурсии, развлекательные центры, модные рестораны, аквапарки. В Кавминводах все это либо вообще отсутствует, либо явно не соответствует современным запросам.

Новое руководство регионального министерства курортов и туризма (кстати, расположено оно в Ессентуках) понимает всю остроту стоящих перед этим уникальным краем проблем и пытается их решить. Среди новинок, призванных придать новый импульс туристическим инициативам, — большой фестиваль «Туристическое Ставрополье», приуроченный к отмечаемому 27 сентября Всемирному дню туризма. В рамках фестиваля 2012 года состоялись рабочие встречи, выставки, концерты, прошли конкурс красоты «Мисс туризм», пресс-тур по городам Кавминвод, конференция и выставка «Туризм глазами молодежи», были подведены итоги ежегодного краевого конкурса «Туристическое Ставрополье». Одним из наиболее интересных и полезных мероприятий, проходивших в эти дни, стала конференция «Пути развития курортов и туризма СКФО». Она состоялась в спа-комплексе «Солнечный» в Кисловодске.

Хронические болезни

ВАЛЕНТИНА ЧЕНЦОВА

Министр курортов и туризма Ставропольского края

Одна из острейших и пока нерешенных проблем региона заключается в том, что на курортах Кавминвод отсутствует инфраструктура отдыха. За исключением, может быть, центральных аллей Кисловодска, туристу вечером просто некуда пойти. Мои дети живут в Москве, когда я предлагаю им приехать к нам в Кавминводы, они возражают: «Мама, мы что, заболели?!» Такое представление о наших курортах у всей нынешней молодежи — молодые люди уверены — и во многом это справедливо, — что

у нас можно только лечиться, и ничего больше. Средний возраст наших отдыхающих — от 48 лет и старше. Богатые и молодые к нам не едут — у нас до сих пор не создана индустрия развлечений.

Серьезный недостаток — отсутствие в регионе системы классификации гостиниц, пансионатов и санаториев и единых стандартов по размещению гостей. Пока что «звезды» наши санатории рисуют себе сами, и мы никак не влияем на это. Особенно плачевная картина — в «профсоюзных» санаториях, получающих основное число жалоб отдыхающих. Необходимо как можно скорее распространить на объекты размещения Кавминвод систему классификации, успеш-



но применяемую в соседнем Краснодарском крае. Еще одна острая проблема, которую нужно решать при помощи государства, — транспортная. Сейчас нам необходимо добиваться субсидий на авиа- и железнодорожные перевозки или хотя бы отмены НДС на эти маршруты. Пока же стоимость не только авиаперелета, но и обычного железнодорожного билета остается для большинства наших сограждан практически неподъемной.

TOP-3

НОВЫЕ САНАТОРИИ КАВМИНВОД



Спа-отель «Плаза-Кисловодск» 4*, открыт в 2005 году
Инвестор: Africa Israel Hotels
Расположение: Кисловодск, Ребровая балка.



Санаторий «Солнечный», открыт в 2007 году
Инвестор: Владимир Туривненко, Санкт-Петербург
Расположение: 15 минут ходьбы от Кисловодского парка, 1,2 км от железнодорожного вокзала.



Спа-отель «Плаза-Железноводск», открыт в 2012 году
Инвестор: Africa Israel Hotels
Расположение: центр курортной зоны Железноводска, рядом с парком и источниками.



СЕРГЕЙ ВЕТРЯК: «Туризм — очень рискованный бизнес»

В новой рубрике «Профессионал» наши читатели встречаются с людьми, стоявшими у истоков российского турбизнеса в конце прошлого века и вследствие разных причин оставившими эту профессию. С основателем и директором некогда широко известной на рынке компании «Трэвеллэнд» **СЕРГЕЕМ ВЕТРЯКОМ** беседует генеральный директор ИД «Турбизнес» **ИВАН КАЛАШНИКОВ**.

Сергей, мы с тобой знакомы больше 15 лет. Предположу, что сегодня далеко не все вспомнят о твоей компании «Трэвеллэнд». А ведь она была среди пионеров турбизнеса в 1990-е годы. Расскажи об этом подробнее.
Во время учебы в Московском авиационном технологическом институте я много занимался профсоюзной

работой, в частности, обменом между МАТИ и Массачусетским технологическим университетом. Это был 1989 год, въездной туризм почти не развит, а мне нужно было обеспечить достойный прием американским студентам. К счастью, тогда начали создаваться туристические кооперативы, один из которых — «Евроконтакт-Интел» — возглавлял брат моего друга. Это

Андрей Игнатъев, ставший впоследствии основателем известной компании BSI. Он нам тогда очень помог. Когда я окончил институт, в самом разгаре была перестройка, спроса на инженеров двигателей летательных аппаратов почти не было. Тогда Андрей Игнатъев позвал меня работать в «Интел» на позицию менеджера по приему. Я очень благодарен ему за ту школу, что прошел под его руководством. Это было безумно интересное время, потому что, с одной стороны, интерес к России возрастал, а с другой — не было почти никакой туристической инфраструктуры. В связи с этим в работе случалось много трудных, но и смешных ситуаций.

Вспомнишь какие-нибудь? Был случай, когда на Пасху в Москву к нам прилетела группа туристов с Кипра, ужин был организован в гостинице «Золотое кольцо», где на горячее гостям подали мясо с гречневой кашей. Оказалось, что в этот праздник гречка на столе является оскорблением для киприотов. Люди в группе были достаточно солидные, заплатившие большие деньги за тур. Кроме того, у нас были планы по дальнейшему сотрудничеству с кипрской отправляющей компанией. Словом, никак нельзя было ударить в грязь лицом. Я нашел шеф-повара, и мы с ним вдвоем почистили и нажарили картошки, сами подали ее к столу — у официантов к тому времени закончилась смена. Группа это оценила, и уже во время Пасхального богослужения, куда мы поехали после ужина, все братались и обнимались.

Другая история. Как-то я привез большую группу японских туристов из Санкт-Петербурга в Москву, и оказалось, что на Ленинградском вокзале нас никто не встречает, хотя автобус был заказан. После звонка в диспетчерскую выяснилось, что автобус сломался и никуда не поедет, а мы можем делать, что хотим. Пришлось мне встать в центр Комсомольской площади и поймать... автобус, водитель за некоторую сумму денег согласился отвезти туристов в отель.

А как появилась компания «Трэвеллэнд»?

На первых выставках я познакомился с Испанским туристическим офисом и по их приглашению поехал на Мальорку, где встретил Сергея Сысоева, с которым затем мы совместно создали компанию «Белвер-Турс». Компания появилась в ноябре, а уже в апреле у нас полетел первый в России чартер на Аликанте. С гордостью могу сказать, что мы были первооткрывателями этого направления. Через год я понял, что готов открыть свою компанию, потому что в «Белвер-Турс» я был лишь наемным директором. Это было «золотое время» в туризме, когда, поработав два года на рынке, можно было смело начинать собственное дело. В 1992 году мы с моим институтским другом Олегом Галаганом

открыли компанию «Трэвеллэнд». Чуть позже к нам присоединился третий партнер — Елена Ермакова, с которой я учился в институте.

С каких направлений начали работу? Первой страной была Испания — в основном развивали Мальорку и курорты Каталонии. Потом, с приходом Лены, начали расширять географию поездок с уклоном на более экономичные сегменты. Например, осваивать чешский рынок. Чехия была тогда относительно новым направлением и очень демократичным по ценам — туры стоили от 290 долларов. Мы решили, что это должно «выстрелить», так и случилось. Кроме того, мы нашли прекрасного партнера, компанию Ave, которая сделала нас своим генеральным представителем в России. Партнерство оказалось взаимовыгодным, потому что Ave ко всему прочему еще и управляла многими отелями в Чехии, и нам всегда были гарантированы места. Нам было важно предложить что-то новое. Например, мы первые на российском рынке «раскрутили» замок Чешски-Штейнберг. Мы постоянно изучали страну и если находили что-то интересное, садились в машину, ехали, смотрели объект на месте и заключали договоры.

Надо сказать, что уже через полгода после разработки Чехии мы добились заметных результатов, на Новый год в Прагу полетел наш первый чартер с туристами.

Ты помнишь, с каким капиталом открывал компанию? Очень хорошо помню — 10 тысяч долларов. Сняли офис, купили оргтехнику и оплатили первую рекламу. Первый офис был на улице Космонавта Волкова в здании какого-то НИИ. Сначала мы заняли там одну комнату, потом расширились, потом еще расширились, а впоследствии занимали половину этажа. Оттуда мы переехали на Остоженку.

Насколько выгодно было в то время заниматься турбизнесом? Очень выгодно: конкуренция не сильная, а рынок — растущий. Можно было экспериментировать, пробовать новые направления в разных ценовых сегментах и не делать при этом серьезной финансовой и экономической аналитики. Мы отправляли в высокий сезон до 3 тысяч человек в месяц.

В конце 1990-х — начале 2000-х рентабельность бизнеса составляла до 20–25%. Разумеется, это усредненная цифра, потому что на группах рентабельность была меньше — порядка 7%, а на индивидуалах — больше.

Были ли ценовые войны на чешском направлении? Были и очень серьезные. Чехия — небольшая страна и возможности ее инфраструктуры ограничены, самые серьезные битвы шли за Карло-

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Ф.И.О

Ветряк Сергей Евгеньевич

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Москва

ОБРАЗОВАНИЕ

Высшее, МАТИ

КАРЬЕРА

Компания «Интел» — референт по приему туристов.

Компания «Белвер-Турс» — исполнительный директор. Компания «Трэвеллэнд» — генеральный директор.

Холдинг ВКО — руководитель департамента продукта, руководитель проекта «ВКО Люкс».

Компания «Арпиком» — управляющий ресторана, руководитель сети ресторанов Goodman, операционный директор.

МЕСТО РАБОТЫ

Группа компаний «Арпиком», операционный директор сети ресторанов Goodman

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

Холост

ЛЮБИМОЕ МЕСТО ОТДЫХА

Мальорка

УВЛЕЧЕНИЯ

Путешествия, автомобили, кулинария



« В туризме нельзя сорвать «быстрые» деньги, не думая о завтрашнем дне, потому что этот бизнес — репутационный. Если ты это не любишь, если ты не энтузиаст, то лучше туризмом не заниматься »»

СЕРГЕЙ ВЕТРЯК

вы Вары, поскольку туры туда были самые дорогие, и за Прагу. Многие компании объявляли большие объемы по перелетам, и в результате летали полупустые рейсы — страдали и туристы, и туроператоры.

Еще какие-то инструменты использовали, чтобы удержаться на плаву? Мы постоянно придумывали всякие «фишки» и «завлекалки» для клиентов. Например, туристов, прилетевших в Прагу на Новый год, в аэропорту встречали Дед Мороз и Снегурочка. На цене тура это никак не отражалось. Однажды мы очень успешно организовали выездную игру КВН между командами «Дети лейтенанта Шмидта» и «Новые армяне». Надо сказать, что в Праге большая армянская диаспора, которая проявила к игре особый интерес и во многом нам помогла. Мы тогда провели большую рекламную кампанию в чешской и российской прессе. В пакеты были включены билеты на эту игру и раскупались эти туры, как горячие пирожки. Игра проходила во Дворце Конгрессов, и аншлаг был такой, что пришлось ставить дополнительные стулья.

Как дальше развивался «Трэвеллэнд»? Почему ты впоследствии вышел из бизнеса?

Развитие компании шло стабильно, мы пробовали развивать новые направления, например, Карибский регион, но тут грянул кризис. Поскольку большинство расчетов велось в долларах, мы достаточно сильно пострадали и восстанавливались примерно полтора года. При этом поняли, что наш путь — мононаправленность и глубокая, серьезная проработка хорошо известных нам регионов. Так и появилась идея создать туристический холдинг вместе с нашими друзьями — семьей Писковых и Натальей Головленковой. Они тогда плотно занимались Испанией, а мы — Чехией. Такое объединение помогало избежать лишних затрат и делало нас более устойчивыми к кризисным явлениям. Так в 2001 году мы создали холдинг «ВКО Групп», куда вошли «ВКО Тревел» и «Трэвеллэнд». В таком формате мы проработали год, а потом я понял, что хочу что-то поменять в жизни. На туристическом рынке я многого достиг, сделал себе имя, теперь хотелось попробовать что-то новое. Расстались мы цивилизованно и до сих пор сохранили прекрасные отношения. Я продал свою долю акций и стал думать, куда приложить свои знания и опыт. В результате решил попробовать себя в ресторанном бизнесе и очень рад, что удалось.

Ты пришел в ресторанную компанию «Арпиком» на руководящую позицию? Точнее, я пришел в компанию RP-com (Restaurant Professional Company). У нее три концепции ресторанов: мясная — рестораны Goodman, рыбная — рестораны

«Филимонова и Янкель» и пивная — рестораны «Колбасофф». Мне все было интересно и в новинку — как устроен бизнес, как прописаны бизнес-процессы. Я понял, что эта модель бизнеса мобильна и более устойчива на рынке.

Год я работал простым менеджером в ресторане Goodman, потом мне доверили самостоятельное открытие очередного ресторана. Сегодня по показателям этот ресторан — один из лучших в сети. Мне очень помог большой управленческий, организаторский опыт. С 1 октября стал операционным директором всех 23 ресторанов сети. Это новый скачок в моей карьере.

То есть опыт работы в туризме пригодился?

Конечно. Как и в туризме, здесь я использую различные маркетинговые ходы. Например, у нас есть мертвые часы, когда банкетный зал пустует. Я придумал акцию «Бизнес со вкусом Goodman», когда мы предлагаем любой компании провести здесь мероприятие с последующим заказом обеда или ужина. Есть программа для туроператоров — разработаны специальные сеты из трех блюд для туристов, по цене 550 рублей, что немного для ресторана уровня Goodman. Недавно мы начали работать 24 часа в сутки. Это новый сегмент — ночью действует совсем другая концепция.

Моя задача — обеспечить успешную операционную деятельность ресторанов так, чтобы никто не мешал выполнять им поставленные планы продаж.

Можно ли сравнить по рентабельности туристический и ресторанный бизнесы?

Безусловно, рентабельность в ресторанном бизнесе выше в разы. У нас есть такое понятие фудкост — соотношение продажной стоимости к стоимости закупки продуктов. Обычно этот показатель — 70 к 30. То есть в ресторанном бизнесе намного больше денег, чтобы развивать бизнес. Конечно же, это утверждение справедливо, если модель и концепция ресторана изначально успешны. В то же время успех моего бизнеса очень зависит от четкого определения всех бизнес-процессов, а также постоянной ежедневной аналитики. Роль управленца в ресторанном бизнесе очень велика. Рестораном надо «жить» и очень любить это дело. Я привык относиться к работе, как к любимому делу, как к хобби, это применимо и к туризму и к ресторанному бизнесу.

Ты мог бы вернуться в туризм?

В туристический бизнес — вряд ли, а вот в проекты, связанные с гостиничной сферой, — с удовольствием. Туризм сейчас очень рискованный бизнес, поскольку здесь много факторов, которые от тебя никак не зависят, а бизнесу могут навредить основательно. Хотя я «турист» навсегда, 13 лет отдал работе в туризме и считаю, что это были самые лучшие годы моей карьеры.

«Портбилет»: весь спектр авиарейсов

Несколько лет назад компания «Випсервис» предложила уникальный продукт – систему бронирования «Портбилет». С ее помощью агентства могут выполнять онлайн-бронирование с выпиской электронного билета, существенно экономя время и средства. К весне 2013 года оператор планирует добавить в систему новый функционал – продажу чартерных перевозок. Слово – руководителю онлайн-проектов компании **АЛЕКСАНДРУ СИЗИНЦЕВУ**.

ПОДГОТОВИЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Установив «Портбилет», агентства получают бесплатный доступ к системе и максимально широкому спектру услуг, которые они могут оказывать своим клиентам. Пользоваться нашим сервисом очень просто и удобно. Этому способствуют интуитивно-понятный интерфейс, движок по поиску сложных или комбинированных маршрутов и автоматическое формирование отчетности. Для продуктивной работы с «Портбилетом» достаточно иметь обычные навыки использования компьютера и интернета. Все важные нюансы, на которые нужно обратить внимание, появляются в виде ярких подсказок, а скорость получения информации превышает скорость работы любого высокопрофессионального оператора. Сегодня в «Портбилете» представлен практически полный спектр услуг, необходимых для организации поездок. Помимо заказа авиабилетов более чем 300 международных и российских авиакомпаний, с его помощью можно воспользоваться крупнейшими системами бронирования гостиниц по всему миру – iGlobe, Venere, Hotelopia. В общей сложности в «Портбилете» представлены более 150 тысяч частных и сетевых отелей, а также апартаментов, вилл, шале. С помощью нашего сервиса можно оформить железнодорожные билеты РЖД, а в перспективе – билеты крупнейших европейских компаний, таких 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. Через «Портбилет» агентства могут оформить клиентам страховые полисы с серьезным страховым покрытием

от несчастного случая и утери багажа. Уже совсем скоро в системе появится возможность выписывать полисы страхования медицинских расходов для выезжающих за рубеж, которые нужны практически в любой поездке. В перспективе «Портбилет» позволит агентству формировать свой собственный готовый единый туристический продукт. Ведь в дополнение к представленному сейчас в системе набору услуг добавятся прокат машин и другие полезные опции. Уже весной агентства смогут бронировать через нашу систему билеты не только на регулярные, но и на чартерные рейсы. При этом весь процесс продажи авиабилета в онлайн-максимально прост. Агентства будут видеть только реально имеющиеся на нужном чартерном рейсе места. Благодаря нашим эксклюзивным отношениям с ведущими операторами, выбранные места будут им гарантированы и забронированы в течение нескольких секунд. Таким образом, агентства смогут полностью формировать турпакет в присутствии клиента. Им не придется просить туристов «подождать, пока прояснится ситуация с местами на чартере». Мы смогли добиться этого благодаря тому, что операторам выгодно сотрудничать с нами как с крупнейшим продавцом авиабилетов с очень большой агентской сетью. Сейчас мы работаем с интерфейсом «чартерного раздела». Эта функция станет доступной для агентств в марте, к выставке МИТТ-2013. Напомню еще раз, что «Портбилетом» могут пользоваться люди, имеющие самую минимальную компьютерную грамотность. Мы специально разработали инструмент, который не требует специальных навыков и получения сертификатов. Это еще один важный шаг навстречу нашим партнерам – агентствам, для которых и было создано это онлайн-решение. Уверен, что теперь поиск, бронирование и продажа чартерных билетов существенно упростятся, а наши агенты получат еще один инструмент для увеличения своих продаж и оперативного обслуживания клиентов.



>>> Уже весной агентства смогут бронировать через «Портбилет» билеты не только на регулярные, но и на чартерные рейсы. Выбранные места будут им гарантированы и забронированы в течение нескольких секунд. Эта функция станет доступной для агентств в марте, к выставке МИТТ-2013.



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

«Железные» инвестиции

С 1 января 2013 года базовые цены на железнодорожные билеты в общих и плацкартных вагонах поднялись на 10%. Об этом сообщила Федеральная служба по тарифам (ФСТ). Стоимость билетов в купейных вагонах повысилась на 5%. В силе остается и сезонное повышение цен. По мнению экспертов, это может серьезно отразиться на популярности турпоездок на железнодорожном транспорте, особенно на маршрутах выходного дня.



СКОЛЬКО СТОИТ ДЫМ ОТ ПАРОВОЗА? ТЫСЯЧУ ФУНТОВ – ОДНО КОЛЕЧКО!

Ранее министр финансов Антон Силуанов заявлял, что стоимость проезда по железной дороге можно увеличивать постепенно в 2013–2015 годах по 20% в год для граждан, не попадающих в категорию льготников по возрасту. При этом в РЖД не исключают, что, если государство не выделит на поддержку этого сегмента субсидии в большем объеме, чем закладывает Минфин на 2013 год, то тарифы в плацкарте и общих вагонах могут вырасти еще на 10%.

Туроператоры уверены, что повышение тарифов на железнодорожном транспорте негативно скажется на развитии внутреннего туризма. «Государство, богатое нефтью и газом обязано спонсировать железнодорож-

ные пассажирские перевозки, — заявил в интервью «Интерфаксу» генеральный директор туркомпании «Орфей» Михаил Романов. — Бог дал нам большую богатую страну, и было бы правильно дотировать поездки по этой большой стране за счет средств, выручаемых за углеводороды. Ведь, как ни пафосно это звучит, и железная дорога, и туризм несут гуманитарную, социальную, патриотическую нагрузку. Люди должны общаться с родственниками и друзьями, ездить друг к другу в гости, путешествовать по родной стране». «Мы уже привыкли к тому, что тарифы растут каждый год. Подорожание на 10% не так смертельно, но, безусловно, стоимость железнодорожных билетов и так довольно высока. Доходит до того, что турпутевка, куда входит проживание и питание, стоит столько же, сколько проезд до места отдыха. Я, если честно, надеюсь на грядущие изменения на авиарынке, на отмену НДС на внутренних перевозках, что приведет к удешевлению авиабилетов, — говорит генеральный директор компании «Мультитур» Алексей Высоканов. — На поезде обычно едут туда, куда дорога занимает не более суток: на курорты Краснодарского края, в Великий Устюг, Казань, близлежащие Белоруссию и Украину. Туристы, которые хотят побывать на Алтае или увидеть Байкал, направляются туда на самолете. Кроме того, мы давно практикуем автобусные туры, что, конечно, значительно дешевле, чем железнодорожная перевозка. Многие наши туристы добираются до места отдыха самостоятельно, на своем автотранспорте».

Александр Преображенский, коммерческий директор сети турагентств «Магазин Путешествий», считает, что цены на железнодорожные и авиабилеты сейчас уже практически одинаковы. «По моим данным, нынешнее повышение тарифов не случайно — на РЖД «давят» сверху, заставляя увеличивать цены, чтобы они не были конкурентными по сравнению с воздушной перевозкой, — отмечает эксперт. — Две монополии соревнуются давно, и особенно явно их борьба заметна на таких «лакомых» направлениях, как Санкт-Петербург и Нижний Новгород. Не думаю, что повышение железнодорожных тарифов резко скажется на турпотоке. Однако отпугнуть путешественников это может. Именно высокая стоимость билетов (например, доехать или долететь до Воронежа стоит 6–7 тысяч рублей) может стать препятствием для поездки в близлежащие города».

»»» **770**
 локомотивов ежегодно будет покупать ОАО «РЖД» в период с 2013 по 2016 год.

«Мне кажется, что мы уже настолько привыкли к постоянному подорожанию билетов, что это никого не удивляет. Увеличение цен на 10% значительно не повлияет на турпоток, резкого скачка на рынке не будет, — считает генеральный директор компании «Астравел» Валерий Лошиц. — Думаю, это увеличит перекося в сторону перевозки воздушным транспортом, тем более что сейчас авиабилеты часто вполне конкурентоспособны по сравнению с железнодорожными. Кроме того, вырастет количество путешественников, которые будут пользоваться личным автотранспортом».

НА ВСЕХ ПАРАХ

Повышение цен на железнодорожные билеты происходит на фоне реализации масштабных инвестиционных проектов. Инвестиционная программа РЖД на 2012 год названа «рекордной».

«Благодаря мерам по повышению эффективности нам удалось почти на 64 млрд рублей увеличить инвестиционную программу. Любые свободные средства мы, прежде всего, направляем на развитие инфраструктуры, расшивку узких мест, снижение износа тягового подвижного состава», — заявил президент ОАО «РЖД» Владимир Якунин. По его словам, в 2012 году компания обеспечила динамику железнодорожных перевозок, соответствующую темпам экономического развития в стране.

Положительные результаты работы позволили пересмотреть первоначальные прогнозы. Ожидается, что чистая прибыль РЖД вырастет в 1,5 раза по сравнению с ранее утвержденными параметрами и достигнет 5,3 млрд рублей. Благодаря реализованным мерам по повышению внутренней эффективности и эффективной заемной политики компания получила возможность увеличения инвестиционной программы в 2012 году на 63,8 млрд рублей до уровня 492,2 млрд рублей. По итогам 2011 года объем инвестиционной программы ОАО «РЖД» составил 395,4 млрд рублей. «Корректировка инвестиционного бюджета компании позволила увеличить в 2012 году объемы закупки тягового подвижного состава на 175 единиц (до 532 локомотивов) и объемы его модернизации на 1000 единиц, реконструировать 4,4 тысячи километров железнодорожных путей, 378 км контактной сети, 357 км устройств автоблокировки, — отмечают в РЖД. — В соответствии с решением правительства РФ около 32 млрд рублей будет направлено на приобретение акций международного логистического оператора GEFSCO в случае получения всех необходимых согласований».

Чистая прибыль ОАО «РЖД» в 2013 году прогнозируется в размере 1,1 млрд рублей, рентабельность не превысит 1%. Общий объем инвестиционного бюджета компании на следующие три года прогнозируется в

объеме около 1,1 трлн рублей: в 2013 году — 411,4 млрд рублей, в 2014 году — 360 млрд рублей, в 2015 году — 346,1 млрд рублей. Параметры инвестиционного бюджета увеличены почти на 25 млрд рублей по отношению к ранее утвержденным.

Основной приоритет отдан проектам, связанным с обеспечением безопасности перевозки (15% инвестиционного бюджета), обновлением железнодорожной инфраструктуры и подвижного состава. За три года РЖД реконструирует порядка 11 тысяч километров путей, почти тысячу километров контактной сети, 1,6 тысячи километров устройств автоблокировки, а также будет закупать ежегодно до 770 локомотивов. На проекты, связанные с повышением транспортной доступности для населения страны, в 2013–2015 годах компания направит более 100 млрд рублей.

«В 2013 году наша инвестпрограмма сократится до 411 млрд рублей. Это совершенно закономерно, потому что мы заканчиваем такие сложные проекты, как строительство совмещенной дороги — железнодорожной и автомобильной — в Сочи, в которое государство через уставный капитал вкладывало деньги, — отмечает Владимир Якунин. — Безусловно, мы ищем пути привлечения частных инвестиций в развитие железнодорожного транспорта, и в докладах мы делали упор на то, что даже в тех случаях, когда мы можем представить себе привлечение частных инвестиций без ущерба для безопасности движения, без ущерба для экономических интересов страны, существующая нормативная база закрывает возможность частных инвестиций в инфраструктурные проекты».

Среди возможных мер по изысканию дополнительного финансирования глава ОАО «РЖД» называет формирование целевой долгосрочной модели тарифообразования и заключение так называемого сетевого контракта между государством и компанией в контексте решения вопросов о закрытии или субсидировании убыточных частей инфраструктуры.

ПЕРЕЛОМ И ПЕРЕХОД

Характеризуя работу РЖД в прошлогодний летний период, Владимир Якунин отметил, что ситуация сложилась в целом позитивно: «Мы добились перелома: в 2012 году вышли на докризисный уровень объемов перевозок пассажиров, когда отправлялось свыше миллиарда человек. В частности, холдингом «РЖД» выполнены основные бюджетные параметры и обеспечена устойчивая работа в период летних пассажирских перевозок в 2012 году, улучшено качество обслуживания пассажиров».

В период летних пассажирских перевозок 2012 года РЖД перевезли более 393,3 млн пассажиров (это на 6,3% больше, чем годом ранее). В том числе в дальнем следовании перевезено свыше 50,8 млн пассажи-



>>> В январе – августе 2012 года пассажирооборот ОАО «РЖД» возрос на 3,8% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее, в том числе в дальнем следовании он вырос на 2,6%, в пригородном сообщении — на 8,3%.



ров (+2%) и 342,5 млн пассажиров — в пригородном сообщении (+7%).

«В июне–сентябре наиболее заметно вырос пассажиропоток на курортных направлениях», — отмечает вице-президент ОАО «РЖД» Михаил Акулов. По его словам, на Черноморское побережье перевезено 10,6 млн человек (+5%), в сообщении с побережьем Северного Кавказа перевезено 7,7 млн человек (+3%), с Крымом — 2,8 млн человек (+11%). Для обеспечения перевозки детей в летний период 2012 года было назначено 69 детских поездов на 273 рейса (на 5 рейсов больше, чем в прошлом году). В 2012 году РЖД перевезли 607 тысяч детей (+1,5%).

Рост пассажирских перевозок в международном сообщении в июне–сентябре 2012 года составил 4% к летнему периоду 2011 года. По мнению специалистов, существуют резервы сокращения времени пассажиров в пути за счет улучшения взаимодействия с пограничными и таможенными органами. Причиной четверти всех задержек отправления международных поездов при следовании в Россию на пограничных станциях стало превышение фактического времени проведения контрольных операций над установленным. Поэтому одна из основных задач на 2013 год — совместная с федеральными органами исполнительной власти работа по формированию единых подходов по установлению временных нормативов осуществления контрольных операций в пунктах пропуска.

В ближайшей перспективе предстоит проделать большую работу по переходу на новую форму электронного билета на поезда дальнего следования, а также оценить технологическую возможность и экономическую целесообразность увеличения глубины продажи проездных документов на поезда

дальнего следования: до 90 суток — во внутрироссийском сообщении и сообщении с государствами — участниками СНГ, Литвой, Латвией, Эстонией, и до 120 суток — в дальнем международном сообщении. Недавно реализована технология возврата электронных билетов на сайте ОАО «РЖД».

ГИБКИЙ РОСТ ЦЕН

С 1 марта 2013 года начнет действовать так называемая система динамического ценообразования при покупке билетов на поезда дальнего следования, разработанная ОАО «Федеральная пассажирская компания» (ФПК). При покупке билетов за 45 суток до отправления поезда цена на проезд в купейном вагоне поезда дальнего следования приблизится к стоимости проезда в плацкартном вагоне. Новая система позволит ФПК формировать цену для каждого направления с учетом сезона, дней недели, конкурентоспособности маршрута и ожидаемого спроса. По словам Михаила Акулова, динамическое ценообразование позволит предложить пассажирам широкую линейку тарифов и повысить продажи проездных документов.

Основная характеристика нового подхода заключается в том, что соотношение стоимости проезда в вагонах купе, СВ и люкс будет изменяться в зависимости от спроса и текущей загрузки. Для каждого направления будет сформирована структура тарифов с учетом сезона, дней недели, количества и качества конкурентов, ожидаемого спроса. По мере заполнения вагона в случае высокого спроса на перевозки тариф будет увеличиваться. Однако, в случае низкого спроса, а также при наличии в свободной продаже на рынке более низких тарифов конкурентов, продажа по низким тарифам будет продолжаться вплоть до даты отправления. Подобный подход к ценообразованию, в целом аналогичный технологии, применяемой сейчас авиаперевозчиками, позволит ФПК обеспечить свою конкурентоспособность за счет сегментации спроса. При этом предлагаемые изменения будут реализованы только на высококонкурентных направлениях, что позволит предложить пассажиру дополнительные возможности выбора. На направлениях, где альтернативных вариантов перевозки пассажиров не существует, изменения в тарифной политике не предполагаются. Благодаря внедрению новой системы, компания рассчитывает сократить ценовой разрыв между разными категориями вагонов. Например, при приобретении проездного документа за 45 суток, самый дешевый билет на верхнюю полку в купейный вагон будет лишь на 15–20% дороже места в плацкартном вагоне. Минимальная стоимость тарифа в СВ также будет снижена для сокращения ценового разрыва с тарифами в купе. Сегодня разница в тарифах между вагонами СВ и купе может быть двухкратной.

Базовый вариант

В соответствии с «эволюционным» (базовым) вариантом стратегии развития до 2015 года, Федеральная пассажирская компания — дочернее общество ОАО «РЖД» — планирует ежегодно увеличивать выручку в среднем на 6,3% в год, а в период с 2016 по

2030 год — на 5,4%. До 2015 года в развитие компании будет инвестировано в общей сложности 105,7 млрд рублей, в 2016–2030 годах — 668,8 млрд рублей. В рамках инвестиционной программы будет приобретено около 16,5 тысячи вагонов, в том числе 50 двухэтажных

вагонов, 200 вагонов габарита RIC и 7 составов поездов Talgo. Эволюционный вариант развития предполагает индексацию тарифов сверх ежегодного инфляционного повышения в регулируемом сегменте в среднем на 3,2% в год в период 2012–2030 годов.

Мода на «Е»-идеи

Агентства узнали, на чем они будут зарабатывать через два-три года

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

В конце года в столице с успехом прошла профессиональная двухдневная конференция «E-Travel. Электронная продажа. Перевозки и туризм», организованная агентством Smart Solutions, РСТ, Ассоциацией агентств делового туризма и Ассоциацией туристических онлайн-сервисов. Информационным партнером конференции выступил ИД «Турбизнес».

В работе конференции приняли участие лидеры российского рынка электронных продаж. Основными темами мероприятия стали электронные продажи транспортных и туристических услуг, онлайн-сервисы на рынке перевозок и туров, онлайн-бронирование авиаперевозок и гостиничных услуг.

Алексей Тимонин, генеральный директор OZON.Travel, рассказал, что, по статистике, около 50–60 млн россиян регулярно пользуются интернетом. Но лишь 23% из них делают электронные покупки и только 10% приобретают в сети турсервисы. Чаще всего, это железнодорожные билеты, на втором месте по популярности — авиабилеты, на третьем — размещение в гостиницах. «Рынок все еще находится в начале пути. Людей, которые реально что-либо покупают в интернете, не более 20–30%, число тех, кто приобретает турсервисы, еще меньше. Тем не менее, я уверен, что рынок онлайн-продаж будет активно развиваться», — подчеркивает Алексей Тимонин.

На конференции шла речь о дистанционном обслуживании клиентов в индустрии e-Travel, о глобальных системах бронирования, об агентском бизнесе, процессинге и платежных системах, мобильных приложениях в электронных продажах. С докладом «Доступные приложения для развития туристического бизнеса» выступил Александр Шерстюков, руководитель департамента стратегического развития и онлайн-бизнеса Sabre Travel Network. Он рассказал, что организация эффективной работы туристического агентства может быть такой же простой и удобной, как установка приложений для смартфонов. Особое внимание было уделено независимым разработчикам приложений Sabre Red App Centre.

В рамках конференции «E-Travel» состоялись круглые столы «Каким должен быть сайт travel-агентства?» и «На чем зарабатывать агентству через два-три года?» Экспертам был задан вопрос, как выжить агенту, занимающемуся исключительно офлайн-продажами, и не стоит ли ему срочно «переквалифицироваться» в онлайн.

«100% объема онлайн-продаж туров нет ни в одной стране», — поспешили успокоить эксперты. По их мне-

нию, став «другом и соратником» клиента, офлайн-агентство выживет. А онлайн-агентства могут быть, прежде всего, b2b-поставщиками услуг. Евгения Трибунская, специалист по маркетинговым исследованиям и стратегическому планированию компании Agent.ru, добавляет: «Наши люди любят делегировать свою ответственность агенту и не брать ее на себя. Поэтому офлайн всегда будет востребован».

Другой вопрос, вызвавший широкую дискуссию, касался продаж пакетных туров через онлайн-сервисы. «Пакетные туры востребованы только в том случае, когда они «прозрачны», и клиент понимает, за что платит. Тонкость в том, что турагент не должен превращаться в туроператора. Поэтому если вы решите продавать перевозку и размещение вместе, то нужно пробивать их разными чеками», — объяснил Виктор Бондаренко, директор по развитию компании A360.



>>> Около 50–60 млн россиян регулярно пользуются интернетом. Но лишь 23% из них делают электронные покупки и только 10% приобретают в сети турсервисы.

БОЛГАРИЯ

- Албена, Солнечный Берег, Елените, Дюни, Золотые пески
- Отдых для всей семьи. Туры от 13 000 руб.

ЧЕРНОГОРИЯ

- Будва, Бечичи, Петровац, Хергец Нови, Бар
- Отдых в экологически чистой стране. Туры от 23 000 руб.

ВЬЕТНАМ + Камбоджа

- Нячанг, Фантьет, о. Фукок, Дананг
- пляжный отдых и экскурсии

Хорватия, Польша, Словения, Румыния

Всегда выгодные предложения!



ТУРОПЕРАТОР

балкан
 (495) 628-04-04
 www.balkan.ru
Авиабилеты
ВАРНА И БУРГАС

м. Охотный ряд:
ул. Тверская 7, подъезд 7
м. Варь культуры:
Кропоткинский пер, д.4, офис 101, 309
м. Курская:
ул. Земляной вал, д. 7, офис 317
м. Чистые пруды:
Мясницкая ул., д. 30, офис 34
м. Китай-город:
Лубянский проспект, д.27/1, офис 526А
м. Марьяна воща:
Сущевский вал, д.47, офис 35/1

Альпы, Австрия, активно

Австрия, которая у наших соотечественников традиционно ассоциировалась с зимним отдыхом, становится популярным круглогодичным направлением поездок россиян. Турпоток в страну из РФ стабильно растет, и не последнюю роль в этом играют индивидуальные путешественники. «В 2013 году мы планируем летнюю рекламную кампанию «Лепота. Лето в Австрии». Этот проект должен продемонстрировать российским туристам, что Австрия предоставляет прекрасные возможности не только для зимнего, но и для летнего отдыха», — рассказал корреспонденту «ТБ» директор Австрийского национального представительства по туризму в РФ **ГЕОРГ КАПУШ**.

БЕСЕДОВАЛ
СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ



« Нам хотелось бы расширить географию полетов из России рейсами в регионы Зальцбурга, Инсбрука и Клагенфурта. Речь идет как о регулярных, так и о чартерных программах »»

ГЕОРГ КАПУШ

Насколько удачным был минувший летний сезон для австрийского туррынка? Для российского туристического рынка Австрия — это, прежде всего, страна зимнего отдыха. Однако в последнее время эта традиция начинает меняться. Прошлым летом Австрию посетили 204 тысячи туристов из России, что примерно на 20% больше, чем летом 2011 года. Статистические данные о прибытиях и ночевках свидетельствуют о планомерном росте. Таким образом, несмотря на мировой экономический кризис, турпоток из России стабилен. Можно даже говорить об увеличении спроса. Предпочтения россиян в отношении географии поездок практически не меняются. Первое место по объему турпотока занимает Вена. Как и в прошлом году, в десятку популярных мест отдыха входят тирольские и зальцбургские курорты. Это Майерхофен, Зельден, Ишгль, Цель-ам-Зее, Бад-Хофгаштайн, Бад-Гаштайн, Заальбах-Хинтерглем, Капрун, Серфаус. Инсбрук и Зальцбург также привлекают много туристов.

Какие страны дают сейчас Австрии наибольшее число туристов? Лидируют Германия, Нидерланды, Швейцария и Великобритания. По данным 2011 года, Россия занимала двенадцатое место. Однако в зимнем сезоне 2011/2012 показатели выросли, и Россия переместилась на восьмую позицию. Думаю, что эта тенденция сохранится.

Насколько тесно вы работаете с российскими операторскими компаниями? Мы активно сотрудничаем с российскими туроператорами: помогаем им с рекламой и продвижением австрийских курортов, предоставляем всю необходимую информацию о нашем туристическом рынке. Австрийский национальный туристический офис (АНТО) организует workshop и roadshow в Москве и регионах. На подобных мероприятиях российские туроператоры могут встречаться с австрийскими партнерами.

Как будет вестись рекламная кампания в 2013 году? На что будет сделан особый акцент? Мы стараемся учитывать все изменения



на российском туристическом рынке при планировании наших рекламных компаний. Например, почти две трети российских туристов, приезжающих на отдых в Австрию, не обращаются к услугам турагентств, а планируют свои путешествия самостоятельно. Соответственно, мы задумываемся о новых путях привлечения этой целевой группы. Поэтому наш офис активно сотрудничает с онлайн-медиа, ведет большую работу в интернете.

В 2013 году мы планируем летнюю рекламную кампанию «Лепота. Лето в Австрии». Этот проект должен продемонстрировать российским туристам, что Австрия предоставляет прекрасные возможности не только для зимнего, но и для летнего отдыха.

Какие новинки есть на гостиничном рынке страны? Прежде всего, следует сказать об открытии двух отелей уровня 5 звезд. Это Ritz Carlton в Вене, расположенный в историческом здании XIX века, и современный Kempinski в Тироле, имеющий собственный выход к горнолыжным трассам. В целом австрийские партнеры стали лучше ориентироваться на российском рынке туристических услуг, лучше понимать запросы населения. Это поможет сделать отели нашей страны еще более привлекательными для россиян.

Тогда мы идем к вам

В российских городах открываются австрийские сервисно-визовые центры. Ими управляет компания VFS Global — крупнейший поставщик сторонних услуг, специалист по обслуживанию дипломатических миссий и правительственных учре-

дений многих стран мира. Кроме столицы, где визовый центр уже начал работу, аналогичные учреждения появятся также в Нижнем Новгороде, Краснодаре, Уфе, Калининграде, Красноярске, Сочи, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Иркутске, Казани,

Самаре, Владивостоке и Хабаровске. Окончательное решение о выдаче визы по-прежнему принимается в посольстве Австрии в Москве. Посольство также продолжит принимать документы от граждан, но только по предварительной записи.

Каковы ваши прогнозы на предстоящий сезон? Прогнозы позитивные. На сегодняшний день, по данным турагентств, ожидается рост турпотока из РФ на 10–15%. Но мы рассчитываем на увеличение числа туристов на 20–22%, так как все больше гостей из России путешествуют индивидуально. С 29 декабря 2012 года количество регулярных и чартерных рейсов в Австрию увеличилось.

>>> На **21%** вырастет число российских туристов в Австрии в сезоне 2013 года, согласно прогнозу АНТО.

Летите на звуки зимнего вальса.

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

Вена от
6830 руб.
туда и обратно

Austrian 
We fly for your smile.



A STAR ALLIANCE MEMBER 

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

www.austrian.com



Израиль: путешествие путешествий

В 2012 году Израиль посетили 3,5 млн туристов. За период с января по август турпоток из-за рубежа увеличился на 7%. «Это результат интенсивного адресного маркетинга Министерства туризма, направленного на увеличение количества компаний, занимающихся нашим направлением, на развитие новых и поддержание существующих рынков, — рассказал в конце прошлого года министр туризма Израиля Стас Мисежников. — Оперативная работа по минимизации ущерба, вызванного операцией «Облачный столп», и восстановления темпов роста, который наблюдался в последние три года, я уверен, принесет свои плоды уже в ближайшее время».

ТЕКСТ
СВЕТЛАНА КОНОВАЛОВА,
ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

»» **9,5** млрд
долларов составили доходы от туризма в Израиле в 2012 году.

БОЛЬШИЕ ПРОЕКТЫ МАЛЕНЬКОЙ СТРАНЫ

К 2015 году министерство туризма Израиля планирует увеличить турпоток до 5 млн человек. Приоритетными рынками здесь считают Россию и Украину. Цифры говорят сами за себя: больше полумиллиона туристов, побывавших на Святой земле в 2012 году, — россияне. Граждане РФ разделили первое место по числу прибытий с американцами (17% от общего числа туристов). «В 2012 году 15% от общего числа туристов, посетивших наш курорт, составили россияне и украинцы. На 4% вырос турпоток из Казахстана», — рассказывает администратор Hamat Gader & Spa Village Hotel Артур Миневич.

Увеличению спроса должно способствовать улучшение транспортного сообщения. Сегодня Россию и Израиль связывают около 70 рейсов в неделю. «Регулярное авиасообщение позволяет снизить цены на билеты, что ведет к снижению стоимости поездки и делает израильское направление более привлекательным», — считает генеральный директор авиакомпании El Al Элизер Шкеди.

Еще один важный фактор увеличения турпотока — расширение гостиничной базы страны. За последние четыре года в эксплуатацию были сданы около семи тысяч новых гостиничных номеров, еще около двух тысяч находятся в стадии планирования. Весной 2013



<<< Лучший вид на Иерусалим открывается с Масличной горы.

<<< Символ Яффы – монумент в Abrasha Park с сюжетами на библейские темы – «сон Иакова», «жертвоприношение Исаака» и «падение Иерихона».

ИЗРАИЛЬ



года в Тель-Авиве планируется открыть новый отель на 230 номеров Royal Beach Tel Aviv 5* deluxe гостиничной сети Isrotel. По словам коммерческого директора Isrotel по направлениям Россия и Восточная Европа Алоны Косои, Royal Beach Tel Aviv станет первым отелем, открывшимся в городе за последние 10 лет.

Министерство туризма также ставит перед собой задачу снижения тарифов на проживание. Ориентировочно цены должны снизиться на 20%. Для этого руководство страны приняло решение о возврате к практике категоризации гостиниц, что позволит регулировать цены, в зависимости от числа «звезд».

В рамках кампании по продвижению израильского направления в конце 2012 года в стране прошел третий международный съезд туроператоров Where Else: Israel Tourism Convention 2012, организованный Министерством туризма Израиля, авиакомпанией El Al, Ассоциацией отелей и Ассоциацией въездного туризма Израиля. В мероприятии приняли участие более 150 туроператоров из 22 стран, включая Россию. Более половины собравшихся представляли компании, ранее не работавшие на израильском направлении.

Программа съезда включала серию деловых встреч с участием представителей израильской туриндустрии и гостиничного бизнеса. Израильские компании предоставили возможность зарубежным туроператорам

познакомиться с национальным турпродуктом. Для турфирм и журналистов были организованы экскурсионные туры по стране.

НЕИЩЕРПАЕМЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Большинство туристов приезжает в Израиль на одну-две недели, желая увидеть как можно больше. Всю страну посмотреть за это время, конечно, не получится. Но совершить увлекательный тур по центральному и северному районам вполне реально.

Начать путешествие можно с Тель-Авива — финансового центра страны и города ночных развлечений. По версии путеводителя Lonely Planet, в 2012 году Тель-Авив занял третью строчку в рейтинге городов мира, живущих самой активной и интересной жизнью. Здесь расположились самый высокий небоскреб Израиля Мигдаль-Авив и знаменитые небоскребы Азриели. В городе-спутнике Яффо стоит побродить по узким улочкам, названным в соответствии со знаками зодиака, заглянуть в Дом-музей скульптора Иланы Гур, прогуляться по порту — в этом месте, по преданию, Ной построил ковчег. Богатая история этих мест также рассказывает о египетских фараонах, апостоле Петре, Наполеоне. Севернее Тель-Авива расположен Национальный парк «Кейсария», где можно исследовать руи-

>>> Популяризации израильского направления послужит стартующий в феврале всероссийский конкурс «Я люблю Израиль!», инициаторами проведения которого выступают Министерство туризма и Российский Еврейский конгресс. Победители в количестве ста человек смогут совершить «Путешествие путешествий» — так (по аналогии с Книгой Книг и Песней Песней) теперь звучит новый туристический девиз Израиля.



«Теперь путешественникам недостаточно одной цели для посещения. Они хотят совмещать пляжный отдых, экскурсионный и паломнический туризм. Наша страна может все это предложить»

**СТАС
МИСЕЖНИКОВ**

Министр туризма Израиля

ны старого порта, построенного Иродом Великим. Город-порт Хайфа стоит на священной горе Кармель. Город знаменит благодаря бахайским садам, внесенным в список Всемирного наследия человечества ЮНЕСКО. В садах расположена усыпальница Баба, основателя бахаизма.

Дорога на север Ливана приведет в древний Акко. Здесь мирно соседствуют «новый» верхний город и подземный город госпитальеров, раскопки которого можно посетить. В Акко интересно зайти в мечеть Аль-Джазар, пройти по туннелю тамплиеров и заглянуть в старый хаммам, ставший музеем.

Чтобы побродить по естественным гротам, следует отправиться на самый север средиземноморского побережья Израиля, в местечко под названием Рош Ха-Никра. Здесь туристу представится возможность не только поблуждать по подземным лабиринтам, но и посмотреть фильм о местной морской фауне, спроецированный на стене туннеля, пробитого в скале во время строительства англичанами железной дороги из Хайфы в Бейрут.

Нельзя не заглянуть в стоящий на западном берегу озера Кинерет живописный город Тиверия, недалеко от которого разместился бальнеологический курорт Хамат Гадер. На берегу озера, на месте древнего города Капернаум, который упоминается в Новом Завете как «любимое место Иисуса», разместился национальный

парк, где, помимо древних развалин, можно осмотреть действующие католические и православную церкви. Отсюда стоит отправиться через Голанские высоты к горе Хеврон, на подъезде к которой расположился Национальный парк «Баниас». Здесь можно полюбоваться самым высоким водопадом в Израиле.

Любителей древностей порадует археологический парк в Бейт Шеан. Рассматривая широкие улицы, старые бани, бассейны, амфитеатр и мозаики, можно попытаться представить жизнь людей, живших здесь задолго до XXI века. Местный парк известен и благодаря экранизированной Норманном Джуисоном рок-опере «Иисус Христос — суперзвезда». До сих пор на холме стоит вкопанное для съемок «засохшее дерево», ставшее еще одной из местных достопримечательностей. Главный город страны — Иерусалим. Здесь находятся знаменитые святыни (Стена Плача, мечеть Аль-Акса, храм Гроба Господня), крупнейшие музеи, например, Музей Израиля и Музей холокоста «Яд-Вашем». В Иерусалиме стоит пройти по Скорбному пути Виа Долороса, заглянуть в Гефсиманский сад, подняться на Храмовую гору.

Из Иерусалима легко добраться до Мертвого моря, о целебных свойствах вод которого было известно еще с древних времен. неподалеку расположены крепость Массادا и Национальный парк «Эйн Геди».

Новое время – новые задачи

В рамках 10-й сессии российско-израильской межправительственной комиссии утверждена программа совместных действий в области туризма на период 2013–2014 годов. Документ подписали руководитель Ростуризма Александр Радков и заместитель генерального директора министерства туризма Израиля Орен Дрори.

На заседании отмечалось, что реализация программы будет способствовать укреплению взаимного сотрудничества и более полному раскрытию туристского потенциала двух стран.

По данным Росстата, за 9 месяцев 2012 года израильские граждане совершили 99,8 тысячи поездок в Россию, что на 11% больше, чем за аналогичный период годом ранее.

При этом въездной турпоток из России в Израиль составил 242 тысячи человек.

Учитывая сложную обстановку в регионе и последние кризисные события, российская сторона уделила особое внимание вопросам обеспечения безопасности туристов. Израильские коллеги подчеркнули, что сделано все, чтобы обеспечить полную безопасность иностранных туристов, пребывающих в стране.

Александр Радков подчеркнул необходимость увеличения количества прямых, в том числе регулярных рейсов между Израилем и российскими регионами в связи с отменой виз и — как следствие — значительным ростом числа самостоятельных туристов, бронирующих авиаперевозку и прожи-

вание самостоятельно. Стороны констатировали, что дальнейшее расширение географии и объема воздушных перевозок будет напрямую влиять на рост турпотоков в обе стороны.

По словам директора Департамента Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ Неты Брискин-Пелег, важным событием 2013 года станет сертификация израильских отелей. В свое время определение рейтинга отелей Министерством туризма было обязательным, но в 1992 году оно было отменено. Сегодня решено возобновить сертификацию по европейской «звездной» системе, в которой рейтинг отеля определяется по 267 критериям. Благодаря усилиям властей по развитию конкурентной среды, уже в теку-

щем году стоимость проживания в израильских гостиницах может снизиться на 15–20%.

Наверняка привлечет внимание россиян открывающаяся 15 марта первая круизная линия — два ежедневных рейса на 220-местном лайнере — между Хайфой и Акко, в реконструкцию портовой инфраструктуры которых было вложено более 260 тысяч долларов. По прогнозам, эта линия способна привлечь до 60 тысяч туристов в год и более 2,5 млн долларов в бюджет страны.

Время в пути составит около 30 минут. Цена билета — несколько десятков шекелей. Возможно, она будет включена в стоимость комплексного билета, предлагающего осмотр основных достопримечательностей Хайфы и Акко.



«« Хотя обычно на осмотр набатейской Петры туристу отводится несколько часов, чтобы увидеть все ее закоулки — и одного дня мало.

Прямым перелетом в космос

Самый высокий из двадцати двух холмов Аммана позволяет вообразить себя птицей, парящей над превосходно сохранившимся римским амфитеатром, мечетями, кубиками невысоких домов (ни одного небоскреба), коптскими, православными и армянскими церквями. Голоса муэдзинов, призывающие к дневной молитве, звучат через невидимые усилители ясно и объемно, словно из наушников. Сюда, в Цитадель — историко-археологический комплекс, охраняющий следы сразу нескольких древних цивилизаций, почти не долетает шум столицы Иордании. Амман — город подвижный и энергичный, вмещающий треть шестимиллионного населения страны.

ТЕКСТ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

Признаков близости к горячим точкам Ближнего Востока в столице никаких. Закрытых никабами женских лиц — одно на сотни. Лавка с алкоголем, неслыханный для мусульманских стран элемент городского пейзажа, — пожалуйста, но по сути она никому не нужна. Как особая эстафета вдоль любого маршрута вас сопровождают три мужских портрета, они всегда вместе: король ушедший — Хусейн, король нынешний и очень почитаемый — Абдалла, и кронпринц, шлифующий сейчас образование в британской военной академии Сандхёрст. Абдалла — прямой потомок пророка Мухаммеда в 43-м поколении. С его словом считаются все в регионе, а Иордания сохраняет статус умеренного члена арабской семьи — этого качества на Ближнем Востоке подчас сильно не хватает. И если с Египтом или Израилем бывает по-разному, то в Иорданию туристы как ехали, так и едут.

ОБЪЕКТ НОМЕР ОДИН

Петра, как Эйфелева башня, — всегда новая, всегда радует, а потом будет снится. Вырезанный, выпиленный набатейцами в мягких скалах город-храм-некрополь блокирует любое воображение не только совершенством архитектуры, но и масштабом содеянного. Двухкилометровый путь к памятнику лежит по узкому ущелью со стенами 80-метровой высоты. Петра, зародившаяся еще до наступления нашей эры, потерялась и нашлась только двести лет назад, в 1812 году. Дождавшись своего часа, попала, вместе с Великой Китайской стеной, Колизеем и Тадж-Махалом, в число «семи новых чудес света».

Чудо это весьма прибыльное: входной билет стоит 50 динаров (70 долларов). 472 тысячи посетителей, побывавших здесь в 2011 году, принесли иорданской казне ощутимый доход. Справедливости ради отметим, что граждане

»»» В 2011 году отмечен спад потока российских туристов в безвизовую Иорданию, в основном из-за событий «арабской весны» — 8,6 тысячи человек против 10,2 тысячи в 2010 году. В первом полугодии 2012 года уже наблюдался рост — на 12,1%. Высокий сезон (март — июнь) показал прирост в 52%.



- ««« Несмотря на соседство с курортным Эйлатом, за последние годы в Акабе идет активное наращивание отельных мощностей.
- ««« Национальное достояние страны охраняет королевская гвардия.

ближневосточных стран платят за вход один динар. Все заповедное пространство Петры — 40 квадратных километров, оно требует времени, чтобы себя освоить, два дня этому редчайшему месту посвятить надо. Посмотреть его сначала ночью — программа Petra by Night. Все два километра пути освещены свечами, а перед Гробницей фараона, это главная «карточка» Петры, свечей — пятьсот, и сидеть приходится на кошме, над головой — неисчислимые звезды. Арабские музыканты, аккомпанируя себе на двухструнной ребабе и флейте, поют в космической тишине. Наутро можно увидеть пришельческие фасады этих храмов уже в лучах солнца.

ЗДЕСЬ РУССКИЙ ДУХ

Место Крещения Иисуса Христа, Вифания за Иорданом, фиксируется как центр паломничества христиан уже с IV века. Воды реки отсюда ушли, но руины фундамента культового строения отлично препарированы и целенаправленно погружают в соответствующую эпоху. Связь времен иллюстрирует установленная тут же крупная мозаичная картина (эта художественная тех-

ника зародилась в здешних местах многие века назад): Папа римский Иоанн Павел II в сопровождении короля Иордании высаживаются у святого места из электромобиля, как оно и было на самом деле.

По обсаженной тамариском аллее держим недолгий путь на блестящий под солнцем купол русской православной церкви. Это новенький, сияющий белыми стенами Странноприимный дом («Дом паломника»), сооруженный по заказу Управления делами президента России и президентом же открытый в июне 2012 года. Пальмы и тропические цветы в просторном внутреннем дворе комплекса полностью отвечают библейским легендам. Наш проводник — сотрудник администрации Ади Эмиль, учился на Украине, его русский язык безупречен. Центр рассчитан на 2000 паломников в год, первые три группы по 50 человек здесь уже побывали. Приезжают они из Израиля, программа рассчитана на две ночи. 64 стандартных двухместных номера могут вместить любую группу, и обойдется паломничество в 60–70 долларов с человека в день вместе с завтраком. Есть еще около двадцати VIP-номеров. Комплекс этот на подаренном Иорданией гектаре земли — светлый, летящий. Его сосед — сооружение того же назначения, достраиваемое сейчас Ватиканом, ограда в ограду, только объемнее и тяжеловеснее. До Иерусалима отсюда 53 километра, до Вифлеема — 56 километров, но мы увидим только Иерихон, самый старый город на земле. Если смотреть с иорданской горы Небо — то он через реку, прямо напротив, и мы смотрим на него точно так же, как люди пророка Моисея, которых он вывел из пустыни, смотрели на землю обетованную, которая он и есть. Сам Моисей, по преданию, похоронен здесь же, на вершине Небо.

ВЫЗОВ АКАБЫ

По сравнению с Эйлатом Акаба выглядит его младшей сестрой. Для этого есть вполне объективные обстоя-

Девять тысяч над землей

Авиакомпания Royal Jordanian ничего специфически королевского не предлагает, однако все делает на безусловно классическом уровне. Но вдруг... Информации старшего стюарда я последовал без колебаний: достал из кармана

мобильный и включил его. On Air! — сообщил прибор. Звонить родным и близким я не стал, а вот информацию о балансе счета запросил, на скорости 828 км в час и с высоты девяти тысяч метров. Тут же получил ответ. Теперь знаем: Royal

Jordanian соединит пассажира с любым абонентом на родной и неродной земле «по тарифу международного роуминга его оператора». Через GPRS и в интернет добро пожаловать, и никаких накруток в пользу перевозчика.

ятельства: Эйлат строился как курорт еще с 1960-х годов. А в Акабе, единственном порту Иордании, к созданию отельной индустрии приступили только в начале 2000-х, спустя некоторое время после подписания мирного договора с Израилем. Поэтому гостиничный фонд Эйлата — это 12 тысяч номеров, а Акабы — втрое меньше. Данный иорданский минус компенсируется высоким качеством предложения: здесь стараются строить преимущественно «пятерки»: Kempinski, Intercontinental, дальше по берегу Movenpick и Radisson Blu. Перспективы в этом отношении определенно положительные, так как по сравнению с девятью километрами красноморского побережья у Израиля Иордания владеет 28-ю. Порт Акабы, над которым реет национальная гордость — исполинский государственный флаг на 136-метровом флагштоке, вскоре избавится от пыли, которая сопровождает отгрузку одного из стратегических экспортных товаров страны, фосфатов. Эти причалы уйдут подальше от центра, уступив место новым отелям и пляжам.

Летом 2013 года в Акабе откроется один из крупнейших на Ближнем Востоке конференц-центров — на три тысячи участников. Это непременно увеличит число туристских прибытий в Акабу, потому в следующие пять лет здесь смогут принять гостей еще три тыся-

чи гостиничных номеров в дополнение к четырем тысячам существующих. 80% создаваемого фонда — категории пять звезд. Еще через год — премьера двух полнометражных, на 18 лунок, гольф-полей и аквапарка. Довольно быстро Акаба обещает стать заметным игроком на туристической площадке своего региона.

ЖИЗНЬ В ГЛУБИНЕ

«Настоящим удостоверяется, что вы останавливались в самой низкой точке земного шара — 420 метров ниже уровня моря на Мертвом море, Иордания». Такой сертификат получает каждый гость отеля Jordan Valley Marriott Resort & Spa — громадной гостиницы-сада на крутом берегу феноменального водоема, который бережно делит между собой две страны. У Иордании на сегодняшний исторический период есть экологическое преимущество: с ее стороны Мертвое море сохраняет весьма приличную глубину — около 400 метров, а вот израильский берег все мелеет. С точки зрения бизнеса — пальма у Израиля: там гостиничный фонд составляет 4 тысячи номеров, у Иордании — 1800. Поэтому здесь с энтузиазмом ждут открытия Hilton на 285 номеров, которое намечено на второе полугодие 2013 года.

>>> В октябре 2013 года в Москве состоится первый «Иорданский фестиваль». На нем будут представлены следующие тематические разделы и экспозиции: «Вера и религия. Путешествие по библейским местам», «В Иорданию всей семьей», «Красота и здоровье», «Спорт и развлечения». В рамках фестиваля пройдут ярмарка путешествий и розыгрыши путевок, а также развлекательные конкурсы по теме «Приключенческий туризм».

Путешествие со вкусом

Несмотря на то, что в минувшем году число российских граждан, посещающих Иорданию, существенно сократилось, туроператоры по-прежнему считают эту страну весьма перспективным туристическим рынком. Действительно, спад отмечен лишь в сегменте служебных поездок, тогда как турпоток в страну из РФ за 9 месяцев 2012 года вырос на 7% и составил 6,3 тысячи человек. Об особенностях работы на этом направлении рассказывает старший менеджер компании «АРТ-ТУР» **ОЛЬГА МЕТЕЛЬКОВА**.

Чтобы грамотно продать тур в Иорданию, необходим индивидуальный подход к каждому туристу. Кого-то вполне устроит спокойный отдых с однодневным туром в Петру, а кому-то может не хватить и двух недель для осмотра основных достопримечательностей страны. Ведь Иордания предлагает большое число экскурсионных туров с посещением памятников христианского и мусульманского зодчества, паломнические и лечебные программы, экологические туры с посещением одного из знаменитых заповедников Ближнего

Востока — Вади-Муджиб. К сожалению, в последнее время спрос на Иорданию несколько упал. Тем не менее стабильной популярностью продолжают пользоваться оба пляжных направления. Это Мертвое море (туристы учитывают удобство перелета из Москвы и близость аэропорта от курортной зоны) и Красное море (курорт Акаба). Важно, что авиакомпания Royal Jordanian предлагает удобные стыковочные рейсы с перелетом до Акабы. Вообще авиaperевозки в Иорданию на данный момент вполне достаточно. Три раза в неделю сюда выпол-

няются регулярные рейсы Royal Jordanian. Самолеты авиакомпании «Трансаэро» летают в Иорданию один раз в неделю. Приятно, что конкуренция в сфере авиaperевозки приносит свои плоды. На направлении появились специальные тарифы, авиабилеты продаются по льготным ценам. Несмотря на определенный спад, направление по-прежнему считается очень перспективным. Существенными плюсами остаются безвизовый въезд (виза оформляется по прилете в аэропорту), непродолжительный перелет (4 часа), возможность комбинирова-



ния отдыха на двух морях с экскурсионными программами и, конечно же, климатические условия, особенно комфортные для нас, россиян, которые зимой так тоскуют по теплу и лету.

ART TOUR

www.arttour.ru
Тел.: (495) 980-2121,
Jordan@arttour.ru



Все мечтают о морях и кораллах

АТОР назвала Египет самым популярным выездным направлением новогоднего отдыха россиян. Турпоток из России в эту страну демонстрирует стабильный рост. Четыре часа полета из зимы в лето, к теплому морю — Египет все-таки самое близкое пляжное зимнее направление. К тому же недорогое и экзотическое. Этим во многом объясняется интерес к нему россиян и вообще европейцев.

ТЕКСТ ЭЛЕОНОРА АРЕФЬЕВА

»» По данным Туристического бюро посольства Египта в Москве, за девять месяцев 2012 года на египетских курортах отдохнули 1,62 млн россиян — на 42% больше, чем за аналогичный период годом ранее.

На встрече с российскими журналистами в декабре 2012 года губернатор Южного Синая Халед Фуда рассказал, что новогодне-рождественские каникулы отели Шарм-эль-Шейха проведут с 85%-ной загрузкой. По его словам, туристический рынок Шарм-эль-Шейха осенью и зимой 2012 года стал быстро восстанавливаться после падения, вызванного событиями «арабской весны». На курорт возвращаются туристы и инвесторы. «Шарм-эль-Шейх — самый безопасный город страны, — заверил губернатор. — Здесь самый низкий уровень правонарушений и нет опасных преступлений». На курорте работают 240 гостиниц, строятся новые отели. Сейчас в процессе реализации 17 гостиничных проектов.

СВОЙ КОРАЛЛОВЫЙ РИФ

Незадолго до нового года номерной фонд отелей Шарм-эль-Шейха вырос на 695 номеров: здесь открылась отель турецкой гостиничной компании Rixos. Шесть

ресторанов, представляющих самые знаменитые кухни мира, 10 бассейнов, детский клуб, спа-центр, огромная территория и собственный коралловый риф — что еще нужно для отменного отдыха?

Именно ради сказочной красоты кораллов и обитающих в рифах рыб едут в Шарм-эль-Шейх многие туристы. Можно отправиться на экскурсию на остров Тиран — четыре коралловых рифа Джексон, Гордон, Вудхаус и Томас считаются самыми красивыми в Северном полушарии.

Приверженцы снорклинга и дайвинга отправляются в национальный заповедник Рас-Мохаммед, его живописные бухты входят в десятку лучших в мире мест для подводного плавания. Рас-Мохаммед — это и фантастической красоты мангровые рощи и Магический залив, вода которого более соленая, чем в Красном море за счет соответствующих источников. Туристы не упускают возможности искупаться в водах залива. На отмелях можно познакомиться и с местным «населением» — огромными улитками и



крабами. Помимо природных красот, в Шарм-эль-Шейхе масса возможностей для развлечений. Дети и взрослые уже оценили новый аквапарк.

В ХУРГАДЕ ВСЕ СПОКОЙНО

Хургада остается одним из самых динамично растущих курортных городов Египта. Сейчас в городе с населением 43 тысячи человек работает 218 гостиниц. Как комментируют в компании Tez Tour, ежегодно на курорте вводятся в эксплуатацию 4–5 отелей. В Хургаде работают отели известных гостиничных сетей: Hilton Worldwide, Kempinski, Starwood Hotels & Resorts, Movenpick Hotels & Resorts, InterContinental Hotels Group и других. Популярны отели категории 5* all inclusive, представленные национальной цепочкой Sunrise Resorts & Cruises.

На курорте появляются новые районы фешенебельных вилл и многоквартирных домов, эта недвижимость активно раскупается иностранными гражданами, которые приезжают отдыхать на Красное море. Охотно скупают недвижимость и наши соотечественники: в городе появился так называемый «русский» квартал. Отели курорта тщательно охраняются туристической полицией и собственными службами безопасности. Сотрудники Tourist Police работают и на городских улицах, они не только следят за безопасностью туристов, но всегда готовы ответить на их вопросы, помочь сориентироваться.

Хургаду нередко предпочитают другим курортным зонам Египта по той причине, что отсюда удобнее

добираться до исторических достопримечательностей юга страны: Корнакского и Луксорского храмов в Луксоре, храмов Рамзеса II и Нефертари в Абу-Симбеле. Отсюда везут туристов и на круизы по Нилу.

ОТДЫХ В ДОЛИНЕ НИЛА

Европейцы любят отдыхать в отелях на островах Нила. Здесь изысканный сервис, великолепный набор дополнительных услуг — от роскошных спа-центров до ресторанов высокой кухни. И главное — все объекты расположены по соседству с памятниками, ради которых, собственно, и едут в Египет туристы со всего мира. Есть и другой мотив: отдых в долине Нила — это истинное наслаждение райской природой, фантастическими ландшафтами, экзотическими растениями и животными. У российских туристов отдых в отелях на Ниле большой популярностью пока не пользуется. «Возможно, в ближайшие годы туристы из России все же распробуют отдых на островах Нила», — выражает надежду Айман Заки, генеральный управляющий отеля Movenpick Resort Aswan. Пока же наши соотечественники предпочитают путешествовать по здешним местам на круизных лайнерах.

Медиадиректор компании Tez Tour Роман Рыбаков отмечает, что спрос на круизы по Нилу снова пошел в рост — в пределах общего роста популярности отдыха в Египте. Tez Tour предлагает комбинированные туры, включающие круиз Асуан — Луксор, а затем отдых на Красном море.

САМО СОВЕРШЕНСТВО

Дорога в Луксор, к Корнакскому и Луксорскому храмам, опровергает утверждение о том, что в Египет едут одни россияне, у которых в крови пренебрежение опасностью. Здесь во множестве туристы со всех континентов. Для многих такая поездка — воплощение детской мечты о далеких, волшебных Фивах, исполнение желания пройти аллеей сфинксов, памятной еще по фотографиям в школьном учебнике.

Возраст Корнакского храма подбирается к 40 векам. Египтологи называют этот храм летописью: 134 фараона так или иначе принимали участие в его строительстве. При этом они нередко стирали напрочь произведения предшественников. Луксорский и Корнакский храмы принимают туристов и вечерами. Здесь, как и в храмах Исиды, Нектанеба I, Траяна и в святилище Хатхор на острове Филе, что неподалеку от Асуана, проходят световые шоу. Голосами известных актеров каждый вечер говорят главные персонажи древнего мира. Древние стены, ожившие фараоны, воды величественной реки, поблескивающие под луной — это зрелище на протяжении десятков лет собирает тысячи туристов из разных стран.

«**Возраст Корнакского храма подбирается к 40 векам.**

«**Отдых на Ниле — знакомство с памятниками древней цивилизации и наслаждение экзотической природой.**

ЛУЧ СВЕТА СРЕДИ ТЬМЫ ЕГИПЕТСКОЙ

»»» В ночь на 22 октября в Абу-Симбел каждый год съезжаются сотни туристов, чтобы приобщиться к уникальному зрелищу: в этот день первый луч зари освещает статую Рамзеса в глубине храма. Утверждают, что такой подарок древнеегипетские архитекторы подготовили ко дню рождения великого фараона. Думали ли они тогда, что спустя тридцать три века их творение будет вызывать такой же трепет и восхищение, как и тогда, когда храмы впервые увидели их современники?



Пустыни и оазисы Туниса

Камни Карфагена, который «должен быть разрушен», развалины времен Римской империи и Пунических войн, воспоминания о цивилизациях в Керкуане, Джербе и Кайруане соседствуют с современнейшими отелями и развитой инфраструктурой не только столицы и известных курортов Туниса, но и небольших городов в сердце Сахары. И это — повод для новых открытий на севере Африки.

ТЕКСТ ЕЛЕНА СМЕРНОВА

»» **150**

тысяч россиян посетили Тунис в 2011 году, за девять месяцев 2012 года эта цифра выросла на 45% и достигла 250 тысяч человек.

За последние десять лет туристический поток из России в Тунис вырос более чем в десять раз — с 20 тысяч туристов в год в 2002 году до 250 тысяч в 2012 году. События «арабской весны» серьезно подорвали благополучие туристической отрасли этой североафриканской страны. В 2011 году общий турпоток в Тунис снизился с 7 до 5 млн человек, а доходы от туризма сократились почти на 30%.

Новые туристические власти Туниса во главе с министром туризма Ильесом Фахфахом направили свои усилия на восстановление имиджа и за прошедший год добились результатов. В этом убедились журналисты из разных стран, принявшие участие в специальном туре для глав посольского корпуса по югу страны, организованном Министерством туризма Туниса.

«Цель поездки — показать новые возможности туристической индустрии, например, «сахарский туризм», продемонстрировать, что Тунис — безопасная страна, — заявил Ильес Фахфах. — Мы хотим, чтобы туристы, приезжающие на северные пляжи, посещали и самобытный

южный регион, известный традиционным гостеприимством». Началась работа над новыми для Туниса турпродуктами — МІСЕ, инсентив, в планах — увеличение числа индивидуальных туров, обсуждение с Евросоюзом вопроса «Открытое небо», реконструкция отелей. В ближайшие годы получат развитие спортивные туры (сафари на джипах по пустыне), охота, туры с проживанием в традиционных домах местных жителей.

«БЛАГОУХАЮЩАЯ НЕВЕСТА МАГРИБА»

Столица республики — город Тунис — современный восточный мегаполис с французским шармом. Центральный проспект авеню Хабиб-Бургиба длиной в полтора километра иногда называют «Елисейскими полями» — настолько застройка и архитектура домов здесь напоминают знаменитую парижскую улицу. Кованые балкончики, многочисленные уличные кафе, бутики, кафедральный собор Сен-Венсан, барочный Муниципальный театр. Все это — свидетельства быв-



шего французского протектората. Все местные жители, помимо арабского, хорошо знают французский язык, а многие — и английский.

НИЧЕГО ИЛИ ТОЛЬКО ХОРОШЕЕ

Из столицы множество туристов, археологов и историков устремляются на северо-восток, в ставший ныне престижным пригородом Туниса знаковый Карфаген. Город, основанный на 60 лет раньше Рима, своим рождением обязан хитрости женщины. Дочь тирского царя по имени Элисса, или Дидона (Странствующая), покинувшая родной город, причалила к живописному берегу. Местные владыки города долго не разрешали ей обосноваться здесь и в конце концов пообещали ей столько земли, сколько покроет волчья шкура. Сообразительная царевна разрешила шкуру самого большого вола на тысячи тонких полосок и, связав их, обвила довольно большое пространство в самом красивом месте на высоком холме Бирсу. Тут и был основан Карфаген, ставший крупнейшим государством на западе Средиземного моря.

После серии войн против Рима город потерял свои завоевания и был разрушен в 146 году до н. э. Сейчас это один из известнейших археологических объектов. Здесь можно прогуляться по главной улице Карфагена, увидеть развалины храма Эскулапа, осколки колонн и куски пола с мозаикой, изучить полуболевшие гроты, каменные стены и руины терм Антонина. Карфаген располагает к созерцательности и неспешным прогулкам, когда древ-

«Оазис в самом «сердце» сахарской пустыни — то ли мираж, то ли новое открытие.

«Подлинный тунисский колорит бережно сохраняется в небольших отелях, переоборудованных из дворцов, хаммамов и национальных жилищ.

ние камни, снующие по ним ящерицы, тишина и даже пронзительно-голубое небо погружают в историю.

ОЖИВШЕЕ ПОЛОТНО ИМПРЕССИОНИСТОВ

Недалеко от столицы расположен городок, который нельзя миновать. Это центр тунисской и европейской богемы Сиди-Бу-Зид, называемый «магрибским Мон-мартром». Здесь творили Поль Клее и наш соотечественник Александр Рубцов. Белые здания с выкрашенными в голубой цвет дверями, балконами, решетками и ставенками окон, оплетены цветущими розово-красными бугенвиллиями — поистине сказочное зрелище. Прогулявшись по главной пешеходной улице, гости попадают в знаменитое Cafe des Nattes — «кафе на циновках». На открытой террасе или в закрытом зале со спиральными зелено-красными колоннами, но именно здесь так приятно попробовать тунисский кофе с кардамоном или очень крепкий сладкий мятный чай с кедровыми орешками. Если выйти на смотровую площадку на холме Джебель-Манар, то открывается самый романтичный и восхитительный вид на Тунисский залив, виллы на берегу и небольшую яхтенную стоянку.

ОТЧЕГО ХОРОША ПУСТЫНЯ

Сахара — одно из уникальнейших мест на земле, где огромные волны барханов сливаются с горизонтом. Здесь бесследно исчезали караваны, армии и города. Экскурсии в это удивительное место лучше совершать зимой, когда нет жары и можно посвятить несколько дней региону Эль-Джерид и вылазкам в пустыню. В этот край оазисов, звенящей тишины, солончаковых впадин и песчаных дюн можно попасть самолетами местных авиалиний из столицы Туниса.

Перелет в город Тазуар займет меньше часа. Тазуар известен вкусными финиками сорта «деглет нур» («светлые пальчики») и застройкой из необожженных кирпичей охряного цвета. Проехав через соляные пейзажи высыхающего озера Шотт-эль-Джерид, где вода приобретает причудливые цвета, через горный район Матмата с пейзажами лунных кратеров, туристы посещают покинутую деревню Шебика и ущелье Мидес. Далее путь лежит в район миражей Онг-Джамель. Здесь снимали знаменитые «Звездные войны», и можно увидеть декорации к фильму на фоне космического сахарского пейзажа. Совершая переезд через Шотт-Эль-Джерид, путешественник увидит местность Нефзау с оазисами Кебили и городок Дуз.

ВОСТОЧНЫЙ ДВОРЕЦ

«Помимо отельных комплексов, Тунис предлагает новую форму проживания, ранее мало развитую в этой стране: гостевые дома с национальным колоритом. Это может быть маленький дворец, переоборудованный в отель, состоящий из нескольких комнат, дворец в арабо-андалузском стиле, древний хаммам. От Сиди-Бу-Зида, проезжая через Хаммам-мет, Джерба-Зарсис или Тазуар, можно найти множество вариантов этого вида проживания.

«Россия занимает четвертое место по количеству туристов из Европы, отдыхающих в Тунисе, после Франции, Германии и Великобритании. В 2013 году страна планирует принять 6,8 млн туристов, а в 2016 году — 10 млн человек» >>>

ИЛЬЕС ФАХФАХ

Министр туризма Туниса



Узнайте больше о Китае

В ноябре прошлого года на выставке China International Travel Market в Шанхае состоялась торжественная церемония закрытия Года российского туризма в Китае. Как считают специалисты, масштабный проект уже принес свои плоды, наглядное подтверждение чему – заметный рост объема турпотока из КНР в нашу страну. Теперь стороны меняются местами – 2013 год объявлен Годом китайского туризма в России.

»» **276**

тысяч китайских туристов посетили нашу страну за 9 месяцев 2012 года. По сравнению с аналогичным периодом 2011 года эта цифра увеличилась на 41%.

«Год российского туризма в Китае прошел очень успешно», — заявил руководитель Государственного управления по делам туризма КНР Шао Цивэй во время своего визита в Россию. Чиновник посетил Москву в декабре, он принял участие в церемонии открытия Китайского культурного центра в столице, провел рабочую встречу с вице-премьером РФ Ольгой Городец, выступил на 13-м заседании Китайско-Российского комитета по сотрудничеству в гуманитарной области и пресс-конференции, организованной совместно Федеральным агентством по туризму РФ.

В рамках Года российского туризма было проведено более 200 мероприятий, например, «1000 китайских туристов посещают Россию», «50 российских семей в Пекине», «100 китайских журналистов в России». Выпущен документальный

фильм «Здравствуй, Россия», состоялся автопробег Пекин — Москва. Заметным событием стал Российско-Китайский форум по инвестиционным проектам в области туризма, состоявшийся в ноябре. В центре внимания были вопросы привлечения взаимных инвестиций в строительство объектов туристской инфраструктуры на территории РФ и КНР, создание совместного инвестиционного фонда для реализации проектов в сфере туризма, согласование мер, направленных на активизацию инвестиционной активности деловых кругов двух стран.

«Результатом проведения годов туризма становится не только укрепление сотрудничества между Китаем и Россией, но и рост взаимопонимания и доверия между нашими народами, — заявил Шао Цивэй — Россия является основным страте-

гическим партнером для расширения российско-китайских отношений в сфере туризма. Речь идет как о развитии традиционных туристских маршрутов, так и о формировании новых».

«Рост турпотока из Китая в Россию в 2012 году превзошел наши ожидания — он составил более 40%. Увеличение было достигнуто за счет реализации многочисленных мероприятий и акций, направленных на продвижение российского турпродукта в Китае», — рассказал глава Ростуризма Александр Радьков. По его словам, маркетинговая активность в рамках Года туризма помогла привлечь китайских инвесторов, которые начали присматриваться к российским проектам.

В ближайшее время в нашей стране официально стартует Год китайского туризма. Торжественная церемония его открытия пройдет в Кремлевском Дворце съездов. В течение года китайская сторона планирует организовать в рамках проекта порядка 200 мероприятий. Их основную цель можно охарактеризовать как просветительскую. И это неспроста. По данным социологического опроса, проведенного Международным радио Китая в нескольких регионах РФ, большая часть наших соотечественников знают о Поднебесной «мало» или «крайне мало». Абсолютно все

участники опроса заявили, что хотели бы больше узнать о Китае и посетить эту страну.

Сегодня Россия занимает третье место в мире по количеству туристов, направляющихся в КНР. За 9 месяцев 2012 года Китай принял 1,7 млн российских граждан, в том числе 980 тысяч человек приехали в Поднебесную с целью туризма. По сравнению с аналогичным периодом 2011 года турпоток из РФ сократился на 11%. Проведение Года китайского туризма — хороший стимул для возвращения показателя туристских прибытий на докризисный уровень.

>>> С 1 января 2013 года Пекин и Шанхай ввели 72-часовой режим безвизового транзита (TWOV) для граждан 45 стран мира, в том числе россиян, при условии наличия у них визы и авиабилета в другую страну. Прежде аналогичный режим действовал для граждан 32 стран в течение 48 часов. «Нововведение будет промотировать дальнейшее развитие туризма и других сфер экономики», — считают власти КНР.

72 ЧАСА БЕЗ ВИЗЫ

>>> Чтобы воспользоваться преимуществами безвизового режима, иностранным гражданам, прибывшим в пекинский международный аэропорт Шоуду или шанхайские международные аэропорты Пудун или Хунцяо, необходимо иметь следующие документы: действующий заграничный паспорт или туристический документ, визу в третью страну, забронированный авиабилет в третью страну с указанием определенно-го времени вылета за 72 часа и места в самолете, или соответствующие документы, подтверждающие намерения туриста выехать в третью страну за 72 часа.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Менеджер по Азии компании «АРТ-ТУР» **ЮЛИЯ БОРИСОВА**

В новом сезоне динамично развивающийся Китай предлагает нашим туристам широкий выбор новых экскурсионных маршрутов. Ассортимент предложений пополнили такие туристические направления, как Гуйлинь, Чэндэ и Куньмин. Все три новинки привлекательны своими уникальными природными парками, неповторимыми ландшафтами и старинной архитектурой. По-прежнему лидерство в экскурсионных турах удерживают программа «Гранд-тур по Китаю» и маршрут «Слияние культур», представляющий

собой комбинацию Шанхай — Гонконг — Макао и позволяющий подробно ознакомиться с историей, культурой и архитектурой одной из самых древних цивилизаций и ее завоевателей. Популярное место пляжного отдыха — остров Хайнань с его многочисленными бухтами, трехцветным теплым морем, пышной зеленой растительностью и лечебными центрами традиционной китайской медицины. Как операторов нас радует, что на китайском направлении существует большой выбор вариантов комфортного перелета. Сегодня мы

можем предложить множество вариантов прямого перелета из Москвы и регионов страны в Пекин. На рынке также представлены прямые перелеты в Шанхай, Гуанчжоу и Гонконг. Широкий выбор вариантов перевозки, безусловно, способствует разработке нестандартных, интересных и захватывающих маршрутов по стране. Традиционно мы предлагаем Китай как индивидуальный продукт. Его можно сравнить с изысканным блюдом, приготовленным опытным шеф-поваром по уникальному рецепту с учетом пожеланий клиента. Задача



наших специалистов состоит в том, чтобы «блюдо» было не просто вкусным и достойным, а вызывало бы у туриста эстетическое удовлетворение и приятное послевкусие. В наступившем году мы предлагаем клиентам обратить внимание на континентальную часть Китая, настоящий кладезь природных, культурных и исторических объектов. Направление можно

комбинировать с пляжным отдыхом в роскошном отеле на острове Хайнань. Также стоит отметить интересные комбинации как экскурсионных, так и пляжных туров с посещением Гонконга и Макао.

ART TOUR

www.arttour.ru
Тел.: (495) 232-3113,
china@arttour.ru

Три шага до круиза мечты

Уважаемые друзья! «Бриз Лайн», ведущий туроператор по морским круизам в России и СНГ, рад сообщить об окончании работы над системой онлайн-бронирования круизной компании Princess Cruises. Мы уверены, что многие наши партнеры давно этого ждали. Теперь запросы по электронной почте и телефону останутся в прошлом. Агенты, подключенные к онлайн-системе, смогут самостоятельно зайти в базу данных компании Princess, выбрать и забронировать своим клиентам любую каюту, которая на данный момент есть в продаже по всему миру. Более того, если на сайте агента, подключенного к онлайн-системе бронирования круизов Princess Cruises, установлена наша поисковая система, то и частные клиенты через сайт этого агента смогут самостоятельно забронировать себе каюту и оплатить ее в офисе турфирмы, на сайте которой они выбрали себе круиз. В своем «личном кабинете» на нашем сайте www.breeze.ru вы можете бронировать места, которых нет в продаже в общей системе. Это места из наших блоков.

Давайте подробно рассмотрим, как выбрать и забронировать круиз с помощью нашего сайта и сопряженной с ним системы онлайн-бронирования компании Princess.

В поисковике круизов выберите тот круиз, который вам необходим.



Поисковик дает возможность искать круиз по многим параметрам:

- по региону плавания,
- по классу лайнера,
- по сезону (месяц),
- по круизной компании.

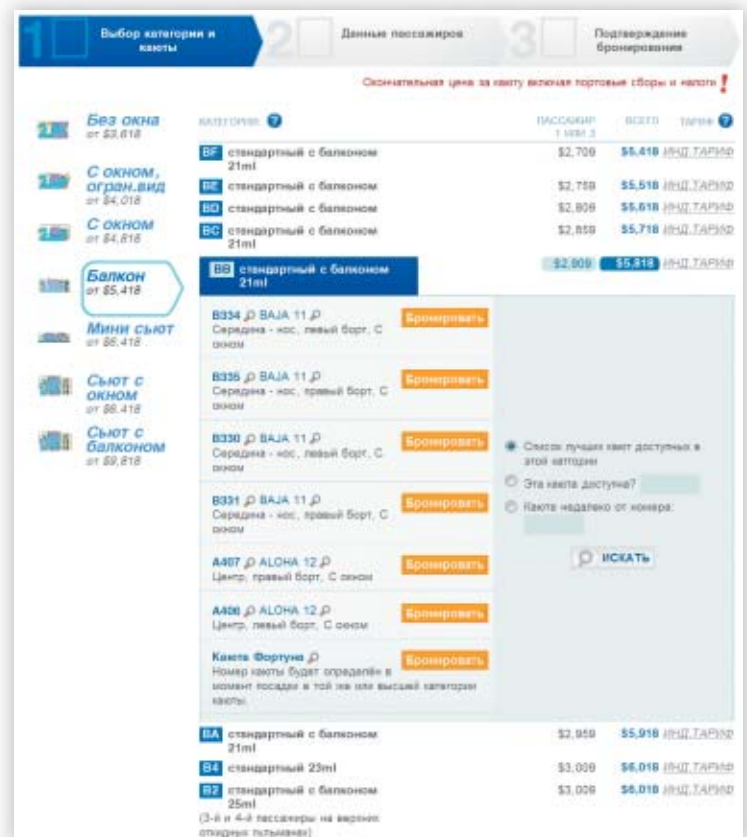
Также можно отобразить круизы по их продолжительности и предполагаемому бюджету поездки.

Далее вы попадаете собственно в систему бронирования. Система простая, она полностью русифицирована. Достаточно сделать всего несколько шагов, чтобы забронировать каюту, после чего ее можно оплачивать.

На первом экране вам будет необходимо ввести свои логин и пароль (если вы являетесь зарегистрированным пользователем системы). Вы также можете продолжать бронировать дальше как частное лицо. Регистрация для частных лиц не требуется. На этом же экране вам будет предложено выбрать количество пассажиров в каюте — от одного до четырех, указать возраст пассажиров и страну, в которой вы находитесь и предполагаете купить круиз. На этом этапе вы можете указать номера постоянных клиентов Princess Cruises, если такие есть у пассажиров (это можно сделать и позднее).



ПЕРВЫЙ ШАГ – ВЫБОР КАТЕГОРИИ РАЗМЕЩЕНИЯ И КАЮТЫ



На этом экране сначала выберите класс каюты:

- без окна,
- с окном (вид из окна ограничен),
- с окном,
- с балконом,
- мини-сьют,
- сьют с окном,
- сьют с балконом.

После того, как вы определились с классом размещения, вы выбираете собственно каюту. Сначала категорию (они отличаются друг от друга расположением на палубах), а потом — конкретный номер каюты. Причем вы получаете список из лучших, по мнению круизной компании, кают, но также можете запросить наличие конкретного номера или самой близкой к нему каюты. Вы можете открыть и посмотреть план той палубы, на которой находится выбранная вами каюта, а также схему каюты.

Кроме того, на этом экране отражена стоимость каюты. Вы видите полную ее стоимость, включая все налоги и сборы. Вы также можете ознакомиться с правилами тарифа, который применяется к выбранной каюте.

ВТОРОЙ ШАГ – ВВОД ДАННЫХ ПассаЖИРОВ

Выбор категории и каюты | **2** Данные пассажиров | Подтверждение бронирования

Мы будем удерживать бронь в течение 15 минут, чтобы вы смогли заполнить необходимые данные.
ВАЖНОЕ ЗАМЕЧАНИЕ: Введите фамилию на латинице! Указанные Вами данные должны соответствовать заграничному паспорту.

Пассажир 1

Имя: IVAN Фамилия: IVANOV Отчество:

Дата рождения: 01 / 01 / 1980

Пожалуйста, проверьте минимальный возраст, необходимый для путешествия детей без родителей!

Пассажир 2

Имя: LENA Фамилия: PETROVA Отчество:

Ужин в 8:30PM

[Правильно](#) [Закон о Персональных данных](#)

На этом экране вы вводите данные пассажиров. Выбранная вами каюта изымается круизной компанией из продажи на 15 минут, для того чтобы вы успели завершить процесс бронирования. Вводите фамилии пассажиров латиницей — так, как они указаны в заграничном паспорте. Не бойтесь бронировать. До оплаты каюты вы сможете откорректировать данные пассажиров.

На этом же экране выбирается система питания в круизе. Вы можете выбрать Anytime Dining, то есть питание в любое время, или конкретное время для ужина.

ТРЕТИЙ ШАГ – ПОДТВЕРЖДЕНИЕ БРОНИРОВАНИЯ

Это завершающий этап. На экране вы видите всю информацию по вашему бронированию. В частности, размер и сроки предоплаты (если такая опция доступна для выбранного круиза), размер и

1 Выбор категории и каюты | 2 Данные пассажиров | **3** Подтверждение бронирования

Выберите желаемый способ оплаты. После завершения бронирования вы получите по email'у всю информацию о вашем бронировании.

Оплатить депозит (перед оплатой ознакомьтесь пожалуйста с требованиями и условиями бронирования круиза, включая условия аннуляции - см. внизу страницы)

- Необходим депозит: \$1,745.40
- Оплатить депозит до: 25/01/2013
- Финальная оплата \$4,072.60
- Финальная (полная) оплата до: 14/11/2013
- Выбранный тариф: Инд. Тариф: ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ТАРИФ. Стандартные условия аннуляции и оплаты (см. в подтверждении бронирования).

Я хочу оплатить в офисе Breeze Line

После выбора БРОНИРОВАТЬ каюта будет закреплена за Вами.

Подтверждение бронирования будет показано на следующей странице. Пожалуйста, позвоните нам по тел: +7(495) 7200100 или пригласите к нам в офис для оформления и оплаты Вашего бронирования.

Подтвердить e-mail:

Подтвердить e-mail:

Номер телефона:

Или оплатить онлайн (including applicable taxes & insurance) **\$1,745.40**

[Подробнее о цене](#)

сроки финальной оплаты. Здесь же можно выбрать способ оплаты круиза и указать свои контактные данные, на которые по завершении процесса вы получите подтверждение на забронированную каюту, а также все другие необходимые для оформления продажи документы.

Хотим обратить ваше внимание на удобный «помощник», расположенный вверху справа.

«Помощник» показывает все, что вы забронировали на текущий момент, дает возможность вернуться на один или два шага назад, оперативно уточнить цены, посмотреть план палуб или схему каюты.

Подключиться к системе онлайн-бронирования компании Princess Cruises можно, посетив наш интенсив и круизную конференцию, которые пройдут с 18 по 20 марта в Москве. Подключиться к системе также могут те, кто уже зарегистрирован в «личном кабинете» на нашем сайте www.breeze.ru.

Мы уверены, что новый инструмент поможет нашим партнерам сэкономить время и деньги, работать больше вместе с Princess Cruises и «Бриз Лайном» в новом 2013 году.

PRINCESS CRUISES
escape completely

GRAND PRINCESS
Гавайи из Сан-Франциско

Дата отправки: 03/02/2014
Продолжительность: 16
Порт посадки: San Francisco
Порт высадки: San Francisco

Количество пассажиров: 2
Возраст: 25, 25

[изменить выбранную каюту](#)

Тип каюты: Балкон
Категория: BB
Каюта: B331
Палуба: BAJA 11

1^я рах > \$2,909.00
2^я рах > \$2,909.00

Включенные налоги и порт сборы > \$970.00

[скрыть подробности](#)

\$5,818.00

[Изменить данные пассажиров](#)

Пассажир 1: IVAN IVANOV
Пассажир 2: LENA PETROVA

Жизнь удалась

Слова «роскошь», «роскошный» очень часто употребляются при описании любого круизного отдыха. Но истинная роскошь должна отвечать определенным стандартам. Таким стандартам соответствуют круизы класса «люкс».

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ



ДАТЬ ТРАДИЦИИ

Концепция роскоши на борту не нова. Большие океанские лайнеры первой половины XX века предлагали для проживания просторные сьюты по высоким ценам, часто их называли в честь проживавших в них знаменитых людей и королевских особ. Многие традиции обслуживания гостей лайнеров класса «люкс» зародились именно тогда — как атрибуты отдыха высшего общества. Это концерты классической музыки, сигарные комнаты, чайные церемонии и формальные ужины.

Эпоха тех лайнеров закончилась в 1950-х годах. Пришло время «развлечений под солнцем», стиль роскоши на борту был практически утрачен. Возродился он в конце 1970-х годов, когда группа норвежцев создала компанию Royal Viking Line, отличающуюся от других соотношением числа пассажиров и команды — 500 человек команды на 700 гостей. Небольшое число пассажиров давало возможность организовать ужин в одну смену. Расписания маршрутов практически не повторялись.

Royal Viking процветала до начала 1990-х годов, затем ее лайнеры были распроданы один за другим. Самый знаменитый — Royal Viking Sun, который семь лет подряд признавался «Лучшим круизным лайнером» по классификации каталога Berlitz Guide to Cruising, сегодня работает во флоте Holland America Line под названием Prinsendam.

ВРЕМЯ ТЕЧЕТ

Как отмечает директор по маркетингу и PR компании «Виа Марис» Елена Карманова, еще в прошлом десятилетии круизы класса «люкс» считались прерогативой пенсионеров, у которых много свободного времени и денег. Сегодня ситуация изменилась. Пассажиры круизов класса «люкс» существенно помолодели, и это нужно учитывать. Молодые круизеры обычно сталкиваются с проблемой нехватки времени, иногда они

могут позволить себе лишь неделю отдыха. Поэтому сегодня круизные компании класса «люкс» предлагают многочисленные семидневные круизы. Тем, кто хочет отправиться в более длительное путешествие, предлагается следующий семидневный круиз с другим расписанием (другими портами захода).

Можно сказать, что круизы класса «люкс» — это особая философия. По словам руководителя департамента круизов компании Ras Group Михаила Фельдмана, многие клиенты, прежде чем стать ценителями этого турпродукта, неоднократно путешествовали в круизах класса «стандарт» и «премиум». «Очень важно, чтобы ожидания клиента соответствовали тому, что предлагают круизы класса «люкс». Например, не стоит ждать на борту шумных вечеринок и разнообразной программы досуга для детей. Надо понимать, что лайнер класса «люкс» — это скорее небольшой клубный отель, а не город на воде со множеством развлечений, как в классических круизах», — говорит Михаил Фельдман.

КРУИЗЫ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ

Обычно круиз класса «люкс» означает, что ценообразование на борту происходит по системе «все включено». В базовую стоимость здесь включено больше услуг, чем это принято в других случаях. Например, вино за ужином, а иногда — все алкогольные напитки на борту. Большинство круизных компаний класса «люкс» включают в цену чаевые персоналу. Некоторые включают в стоимость ряд береговых экскурсий. Кроме того, роскошные лайнеры принимают на борт гораздо меньше пассажиров, и на каждого гостя предусмотрено больше внутреннего пространства. Пассажиру лайнера класса «люкс» не придется стоять в очередях. Персонал запоминает всех туристов и приветствует их по имени. Также надо отметить качественные принадлежности в каютах: лосьоны, шампуни, мыло, полотенца, банные халаты, постельное белье.

Отдельного упоминания заслуживает изысканная кухня. Пищу готовят из лучших ингредиентов, с учетом вкусов пассажиров. В альтернативных ресторанах обычно не берут дополнительную плату. За исключением компаний Crystal и Regent, предлагающих детские программы, обычно на круизных лайнерах класса «люкс» не предусмотрены специальные услуги для юных путешественников.

КТО И КУДА

К круизным компаниям класса «люкс» относятся Crystal Cruises, Regent Seven Seas Cruises, Seabourn Cruises, SeaDream Yacht Club, Harpag-Lloyd Cruises (только лайнер Europa) и Silversea Cruises. Отдельного упоминания заслуживают Cunard Line, Oceania Cruises и Windstar. Важен не большой размер классического «люксового» лайнера. Маленькие «бутиковые» суда могут зайти в такие порты, куда нет доступа мегалайнерам. Они также могут стоять ближе к историческому центру многих городов.

Нет такого порта на планете, который хотя бы раз в году не посещал хоть один лайнер класса «люкс». Регион плавания «люксовых» круизных компаний — весь мир. Ведь клиентура, покупающая круизы такого уровня, — самая взыскательная, в том числе и в отношении маршрутов. Заходят круизные суда класса «люкс» и в Санкт-Петербург. В 2012 году, например, здесь побывали лайнеры компаний Regent Seven Seas Cruises, Seabourn Cruises и Silversea Cruises.

Не ждите скидок до 75% на «горящие» круизы — круизные компании класса «люкс» просто не работают в подобной манере. Но иногда можно увидеть предложения «два по цене одного» и значительные скидки за раннее бронирование. Самые благоприятные условия создаются для постоянных клиентов.

«Разница между круизами класса «люкс» и класса «стандарт» такая же, как между «Бентли» и «Жендаем». Круиз класса «люкс» — это уникальная

« Лайнер класса «люкс» — это скорее небольшой клубный отель, а не город на воде со множеством развлечений, как в классических круизах >>>

**МИХАИЛ
ФЕЛЬДМАН**

« Пассажиры круизов класса «люкс» существенно помолодели, и это нужно учитывать. Сегодня круизные компании класса «люкс» предлагают многочисленные семидневные круизы >>>

**ЕЛЕНА
КАРМАНОВА**



ТОП-5

ЗИМНИЕ КРУИЗНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

1. Средиземное море и Канарские острова
2. Персидский залив и ОАЭ
3. Карибские острова
4. Южная Америка
5. Юго-Восточная Азия

САМЫЕ НЕОБЫЧНЫЕ КРУИЗЫ 2013 ГОДА

КРУИЗ	ЛАЙНЕР	ДАТЫ	МАРШРУТ	СТОИМОСТЬ
«В Америку северным путем»	Eurodam	С 27 августа, 17 дней	Амстердам — Нью-Йорк	От \$3049 в каюте с окном
«Круиз-тур по Аляске»	Zaandam	С 8 июня, 14 дней	Фэрбенкс — Ванкувер	От \$2699 в каюте с окном
«Европейский калейдоскоп»	MSC Musica	С 5 сентября, 22 дня	Санкт-Петербург — Одесса	От 1889 евро

Источник: данные компаний «Виа Марис» и Ras Group

Источник: опрос «ТБ»

КРУИЗЫ

ПО РЕКАМ ЕВРОПЫ ОТ ТУРОПЕРАТОРА



КОЛЛЕКЦИЯ 2013

по Рейну 30.04-8.05.2013

т/х Swiss Crown 5* Кёльн-Цюрих

по Сене 2.05-8.05.2013

т/х France 4* Париж-Париж

по Рейну 27.04.-3.05.2013

т/х GERARD SHMITTER 4* Амстердам-Страсбург

С мая по октябрь гарантированные русские группы в круизах по Дунаю, Рейну, Сене и новогодние круизы.

www.tartustour.ru

Россия, Москва
2-я Тверская-Ямская 18,
м. Маяковская, офис 201
тел.: +7(499)251-19-83/93
+7(495)545-46-51
e-mail: cruise@tartustour.ru

»» КРУИЗЫ

комбинация роскошного лайнера, услуг на борту, питания и уровня сервиса», — говорит Елена Карманова.

ПЕРСПЕКТИВЫ В РОССИИ

По оценкам экспертов, круг поклонников круизов класса «люкс» в нашей стране пока очень узок и растет он крайне медленно. Основные потребители — обеспеченные люди, которым не нужно, чтобы их ежеминутно развлекали во время отдыха: они самодостаточны и ценят высокое качество. Агентам, продающим такие круизы, нужно знать абсолютно все — клиенты зачастую задают очень много вопросов о самых мельчайших деталях путешествия. Но и выгода от продаж здесь максимальная.

Агентская комиссия значительно превышает ту, что агентства получают при продаже дешевого стандартного круиза. Клиенты не экономят на дополнительных услугах, что также сулит выгоды для агента. Кроме того, такие путешественники — самые благодарные и практически всегда «возвратные». Они не будут искать более дешевые предложения в интернете. Для них хороший сервис гораздо важнее скидок и спецпредложений.

«Вот что, канальство...»

Уникальные круизы на колесном пароходе под угрозой срыва

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

Более десяти лет совершал туристические рейсы по Северной Двине «Н.В. Гоголь» — единственный в мире действующий колесный пароход старой постройки, заложенный в Сормове в 1911 году и в 1994–1996 годах прошедший коренную реконструкцию на северодвинском предприятии «Звездочка».

Однако круизные рейсы «Гоголя» в летнем сезоне 2013 года могут не состояться, — об этом рассказал Сергей Никулин, исполнительный директор Архангельской региональной туристической ассоциации и исполнительный директор «Помор-тура», у которого судно находится в аренде. По его словам, компания — организатор речных круизов по Северной Двине получила от судовладельца ОАО «ЦС Звездочка» официальную стоимость аренды судна на 2013 год. Она увеличивается на 60%.

Между тем летний сезон 2012 года показал значительный спад продаж речных круизов по России, в том числе и по Архангельской области. Загрузка парохода «Н.В. Гоголь» на маршруте Архангельск — Котлас — Архангельск в 2012 году составила 70%. В июне — в пору белых ночей — по «высокой воде» состоялся всего один рейс в Котлас. И дело не только в падении спроса — фарватер Северной Двины мелеет с каждым годом, а дноуглубительные работы, необходимые для безопасной эксплуатации судов, в том числе и туристических, уже много лет не проводятся.

Белые тюльпаны для Holland America Line

Весной 2013 года компания Holland America Line отметит свой 140-летний юбилей. Приготовления к этому событию уже начались. Сотрудники Keukenhof Spring Gardens передали представителям Holland America Line луковицы нового сорта белых тюльпанов, созданных специально для круизной компании. Белоснежные бутоны распустятся весной. Тогда же пройдет официальная церемония наречения именем тюльпанов Holland America Line.



остров Бали, Нячанг, остров Пхукет, а также — впервые — малазийский Пинанг и камбоджийский Сиануквиль. Гостей ждет знакомство с такими жемчужинами Азии, как Большой королевский дворец в Бангкоке, пагода Лонг-Сонг в Нячанге, деревня мастеров Мас на Бали, главный буддистский храм Пхукета — Ват Чалонг и, конечно же, загадочный и монументальный храмовый комплекс Ангкорвоат в Камбодже.

Пополнение флота Costa Cruises

Не прошло и года с момента инаугурации лайнера Costa Fascinosa, который был спущен на воду в мае 2012 года, а Costa Cruises уже строит новый лайнер Costa Diadema. 10 декабря 2012 года был заложен первый блок, образующий центральную часть будущего флагманского судна. Как отмечают в компании «Виа Марис», Costa Diadema станет самым большим круизным лайнером, который будет ходить под итальянским флагом. Его длина — 306 метров, ширина — 37,5 метра. На судне 20 палуб, команда — 1253 человека. Costa Diadema сможет принимать на борт до 4947 гостей, к услугам которых — 1854 каюты различных категорий. Семь ресторанов удовлетворят вкусы самых взыскательных путешественников. На лайнере предусмотрены обширная спа-зона Samsara SPA и два бассейна. Стоимость проекта — 550 млн евро. Представители Costa Cruises утверждают, что особый блеск Costa Diadema будет выражен как во внутреннем убранстве лайнера, так и в его внешнем облике. Ожидается, что судно станет еще более гостеприимным и богатым на развлечения, чем его предшественники.

>>> В 2012 году в Санкт-Петербург заходили круизные суда класса «люкс» компаний Regent Seven Seas Cruises, Seabourn Cruises и Silversea Cruises.



TOP-5

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ВЕСЕННИЕ НАПРАВЛЕНИЯ КРУИЗОВ

1. Средиземное
2. Вокруг Европы (с конца апреля)
3. ОАЭ (до середины мая)
4. Южная Америка (март)
5. Азия (март – апрель)

Princess Cruises покажет жемчужины Азии

Компания Princess Cruises анонсировала два новых круиза по Юго-Восточной Азии, которые состоятся осенью 2013 года. 12-дневный маршрут стартует 24 октября, 11-дневный — 4 ноября. Во время круизов лайнер Diamond Princess посетит самые интересные порты азиатского региона. Путешественники увидят Бангкок,

ВЕСЕННИЕ КРУИЗЫ 2013 ГОДА

НАЗВАНИЕ КРУИЗА, ЛАЙНЕР, ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ	МАРШРУТ	СТОИМОСТЬ
«Восточное Средиземноморье» Eurodam, с 29 апреля	11 ночей: Чивитавеккья (Рим) – Корфу – Катаколон – Санторини – Кушадасы – Афины – Мессина – Неаполь – Чивитавеккья	от \$1199
«Музыка фьордов и города Балтики» MSC Musica, с 30 мая	15 дней: Россия – Дания – Германия – Норвегия – Швеция – Эстония	от 1469 евро
«Вокруг Европы», Ryndam, 23 апреля	11 ночей: Барселона – Пальма-де-Мальорка – Аликанте – Мотриль – Гибралтар – Портиман – Лиссабон – Ла-Корунья – Дувр	От \$999

Источник: по данным компаний Ras Group и «Виа Марис»

«Туристическая компания Романовой»

»»» «Туристическая Компания Романовой Ольги» — многопрофильный туроператор, работающий на рынке туристических услуг с 1998 года. Наши офисы продаж расположены в Москве, Нижнем Новгороде, городе Дзержинске Нижегородской области. Мы организуем путешествия на специальных туристических поездах по маршруту Москва — Нижний Новгород — Москва, прямые рейсы в Прибалтику из Нижнего Новгорода (с транзитом через Владимир и Москву), а также профессиональный прием туристов в Нижегородской области. Компания располагает собственным парком автобусов премиум-класса MAN Lions Coach 2011 года выпуска.



Понедельник

Я в офисе за компьютером, но смотрю не в монитор, а в окно — редкое ощущение покоя. За окном, вдоль улицы — нахохлившиеся домики исторического центра Нижнего Новгорода. Рабочий день уже закончился, большинство сотрудников разошлись по домам, а я все сижу, смотрю в окно. «Мигает» почта, кто-то написал нам письмо. Читаю, отзыв туриста. Как приятно! «Добрый вечер, коллектив компании Романовой Ольги. Благодаря вам мое пребывание в Нижнем Новгороде стало незабываемым! Экскурсионная прогулка по городу с вашим замечательным гидом влюбила меня в него! Была в командировке, успела увидеть только исторический центр. Ждите в гости опять! Приеду на рождественском поезде Москва — Нижний Новгород — Москва». Прочитав отзыв, копирую несколько строк из текста и думаю: «Надо же, писатель в туристе пропадает!»

Выдержки из текста:

«Нижний Новгород захватил меня своим великолепием с первых шагов по его уникальной улице Большой Покровской — Покровке. Поразило своим стройным величием и светло-серым кружевным обликом здание банка, похожее на старинный замок. Еще немного воображения — и выглянут из окон прекрасные дамы, а двери откроют храбрые рыцари. Сувенирные лавки как многокрасочная

яркая палитра — столько разнообразной рукотворной красоты. От памятника Чкалову, окруженного воздушным простором, Чкаловская лестница ведет торжественно к Волге. Время неумолимо завершило мою прогулку. На вокзал к вечернему поезду мы с моим гидом добрались романтично — на трамвайчике. Поезд уже ожидал меня. Прощание — светло и благодарно».

Я поглощена рассказом туристки и не замечаю, как за окном темнеет. Пора собираться домой. Самой захотелось в выходные пройтись по улочкам, по набережной, по кремлю. История наших туристических поездов по маршруту Москва — Нижний Новгород — Москва началась в ноябре 2012 года, и вот уже скоро приедут новые туристы.

Вторник

Сегодня прибывает очередной туристический рейс из Прибалтики, а с ним и наш стажер — растим и обучаем молодое поколение. «На автобусах MAN Lions Coach путешествовать легко!», — звонко говорит она, войдя в офис. Все улыбаются.

Поясню. Из Нижнего Новгорода рейсов в Прибалтику никогда никто не предлагал. Мы решились на это исходя из того, что у компании есть такой транспорт. Нижегородцы, владимирцы теперь имеют возможность выехать



Ольги», Нижний Новгород

в Прибалтику напрямую из Нижнего. Бьемся за регулярность рейсов. А москвичи — молодцы, из такого потока информации находят нас и присоединяются. Здорово! «Здравствуй, Латвия!» — стажер продолжает свой эмоциональный рассказ о поездке. — По дороге нам встречались забавные аисты, которые выют свои гнезда прямо на электростолбах. Забавно. Рижане очень приветливые и доброжелательные. А наши туристы — все европейского вида — чинные, веселые, культурой блестящие. Даже какие-то рафинированные — не заговорит, и не поймешь, откуда».

Слушаем нашего стажера и мысленно перемещаемся в столь живо описанные ею места. А гид Наташа, блестя глазами, с задором продолжает свой рассказ о Юрмале, Рундале, Таллине.

Ерша

Сегодня ранним утром мы прибываем в Казань. Мы — это менеджеры по направлению Казань и наши агенты — менеджеры туристических компаний. Несколько раз в год мы организуем рекламные туры для агентов, чтобы они смогли увидеть направление и самостоятельно оценить все достоинства предлагаемого нами турпродукта. А достоинств очень и очень много: полное транспортное, экскурсионное обслуживание, посещение аквапарков (на выбор), для желающих — бесплатный трансфер в «Бибарс Сарай».

Казань для нас — сказка «1001 ночи» и современные технологии. Сам Казанский кремль — это произведение искусства. А мечеть какая потрясающая! Рядом с православным храмом разбит небольшой садик, который очень напоминает светский (в смысле не церковный), он круглый, с тропинками, обрамлен небольшим кустарничком и войти в него можно, поднявшись по лесенке, над которой маленькая круглая арка, оплетенная лианой.

О таких восхитительно красивых местах можно рассказывать бесконечно, но лучше поехать туда самому и увидеть все своими глазами.

После поездки анализирую тур и неожиданно возникает новая идея.

Чемберс

Расслабляться и останавливаться некогда, завтра снова в путь, и это уже будет Питер. А сегодня у нас встреча с педагогами-аниматорами, которые будут обслуживать туристический поезд в Великий Устюг. Предлагая этот маршрут, мы понимаем всю ответственность работы

с детьми, поэтому из года в год начинаем заблаговременно «готовить сани».

Обсуждаем торжественные проводы поезда. Утверждаем сценарий. Удивляюсь, насколько это кропотливая работа, а ведь поезд на маршруте ходит уже восьмой год.

Успеваю просмотреть подтвержденные менеджерами заявки по приему иногородних туристов. Желающих приехать в Нижний становится больше. Но хочу отметить — наиболее активны москвичи. Надо активизировать питерские компании.

Найтмица

Незаметно прошла неделя...

Провожая группу туристов в Питер. Издалека люблюю нашим автобусом и водителями. Отлично, что введена униформа — приятно посмотреть на водителей и гида. Хохломская роспись на борту наших автобусов видна издалека. Приятно, даже в Европе прохожие обобщались. Хохлома — известный российский бренд. Туристы садятся на борт под звуки релакс-музыки. Счастливого пути!

Самой хочется «вырваться из будней». Звоню мужу — едем за город, в новый пансионат, который предлагает сотрудничество. Буду совмещать работу и отдых.

*Суббота, наконец
переходим
в воскресенье*

Вот она, красотища. Свежий воздух, завтрак. Отмечаю большой выбор блюд. Номерной фонд, инфраструктура, анимация, ресепшн, уборка, «фишки»... Нет замечаний. Ну, совершенно нет. Спасибо, коллеги, за сервис. И цена вполне доступная. И кухня великолепная.

Вспоминается анекдот «в тему». Приезжает турист в санаторий, заходит в корпус, навстречу ему — отдыхающий. Мужик по-дружески его спрашивает: «Как тут у вас кормят?»

— Дашь хлеба — скажу!

Так что не свежим воздухом единым жив отдыхающий! А я наслаждаюсь отдыхом, сижу на берегу и думаю о том, у меня уже есть клиенты для этого пансионата.

ДНЕВНИК ВЕЛА ОЛЬГА ЧИКАРОВА, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ООО «ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ РОМАНОВОЙ ОЛЬГИ»

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)**



Вы слышали, как поет Дроздов?

В списке «100 самых популярных людей России» **НИКОЛАЙ ДРОЗДОВ** занимает четвертое место. Ведущий программы «В мире животных», профессор МГУ, доктор биологических наук. Автор множества книг и фильмов о природе и животных. Исследователь и путешественник. Совершил восхождение на Эльбрус. Участвовал в морской экспедиции ЮНЕСКО на острова Фиджи, Тонга и Самоа. На корабле «Дискавери» обогнул Аляску и Канаду. Прожил неделю в ледовом лагере «Барнео» на Северном полюсе. Дважды участвовал в телепроекте «Последний герой» — жил на необитаемом острове в Атлантическом океане и на одном из Галапагосских островов. Занимается йогой, верховой ездой, купается в проруби, любит рассказывать анекдоты о животных, играет на гитаре. Сегодня знакомый голос телеведущего можно услышать не только в его передаче и при дубляже известных фильмов о животных.

БЕСЕДОВАЛА МАРИНА КРУГЛЯКОВА

Вы недавно записали свой музыкальный альбом «Вы слышали, как поет Дроздов?»

Сейчас только шифер не поет! И я запел. Вообще, я пою с детства. И все благодаря отцу. Он хорошо играл на мандолине, гитаре, замечательно исполнял русские песни. Его любимую «Из-за острова на стрежень» я спел у костра Джералду Дарреллу. Великого писателя страшно возмутило, что Стенька Разин выбросил девушку из лодки только потому, что на него обиделись разбойники: «Как, провел с женщиной ночь и даже не мог ее высидеть на берег?» Песня Владимира Шаинского, по аналогии с которой я назвал свой диск, меня всегда немного забавляла, потому что слова там не совсем правильные: «не те дрозды, не полевые». Но таких дроздов не бывает! Есть горные, лесные, а полевых в природе нет.

Перечисленные вами дрозды все по-разному поют?

Да, у них даже есть свои диалекты. Тут все зависит от леса — чем гуще лес, тем громче и четче надо петь. Поэтому, например, дрозды, живущие на Кавказе, поют хуже.

Ходят легенды о вашей способности находить общий язык с животными. Кусали они когда-нибудь или нападали на вас?

Мы снимали в Индии крокодилов для фильма «Рикки-Тики-Тави». Чтобы их подманить ближе, скармливали им свежезабитых крыс. Когда крысы кончились, один из аллигаторов направился к ноге оператора. Мне ничего не оставалось, как ударить хищника палкой по зубам. Об этом мне стыдно вспоминать, потому что это насилие, бить палкой по морде никого нельзя, даже крокодила. В студии как-то меня укусила за руку обычная гадюка, после этого я попал в реанимацию. Но самый нелепый случай произошел в Англии, в гостинице. Меня укусила дохлая оса, когда я делал зарядку — отжимался от пола. Она оказалась в ворсе ковра. Если нажать на брюшко этого даже мертвого насекомого, из него тут же выскакивает жало. Не всегда встречи с животными так благополучно кончаются. Медведей на Камчатке я боюсь. Однажды мы были на Ключевой сопке. Нас предупредили, что в это время года медведь очень агрессивен, но мы все равно отправились в Долину гейзеров. Животные наблюдали за нами из кустов. Мы обошли их стороной и наткнулись на могилу японского фотографа, который в отличие от нас, сунулся в пасть к медведю с камерой и стал его жертвой.

Какое путешествие вы считаете самым интересным и незабываемым?

Во время стажировки в австралийском университете я собирал материал для докторской диссертации, посвященной животному миру и охране природы пустынь. Тогда в одиночку совершил несколько путешествий в Центральную Австралию. Странствовал по Тасмании, Новой Гвинее,

был на острове Кенгуру. Когда ты один, это особенно интересно и увлекательно, потому что сам отвечаешь за себя. В пустыню Центральной Австралии меня одного не пустили по соображениям безопасности. Там на сотни километров никого нет, и если что случится, помочь будет некому. Поэтому мы махнули туда вдвоем с коллегой. Больше месяца кочевали по безлюдным местам. Казалось, что если потеряемся, то нас никто не найдет. Мы все время держались определенных ориентиров, старались идти вдоль песчаных гряд и русел высохших рек. Ощущали себя первопроходцами. Это было незабываемо.

Вы путешествовали вдоль Северного морского пути. Что вам запомнилось больше всего?

Мы прошли по Северному морскому пути на ледоколе «Ямал». Высаживались на Новосибирские острова, на остров Врангеля, шли через Берингов пролив. Самое удивительное — местные жители. Оленеводы и охотники. Они появляются на побережье летом, а зимой уходят на юг, потому что жить тут в это время года невозможно. Пасут оленей — просто движутся вместе с животными по пути их естественной миграции. Используют их мех в качестве одежды и покрытия для своих жилищ, а мясо — для еды. Охотятся на тюленей, моржей. Шкуры моржей натягивают на деревянные ребра, получают очень прочные лодки.

Вы купались в Северном Ледовитом океане. Какие ощущения?

Ледокол, отходя от Северного полюса, разворачивается, и за ним образуется широкая полынья. В ней очищают участок от обломков снега и льда. Вода там минус три градуса. Купание всегда начинает капитан. Он показывает класс — ныряет головой вперед, потом ложится крестом на воде, как на курорте, и делает несколько заплывов. За ним прыгают все остальные. Впечатления очень сильные. Под тобой 4000 метров глубины! Там не то что дна не достанешь, но даже если утонешь, на него не опустишься — по дороге съедят! Плавание получается оригинальным и, понятно, недолгим. Многие просто окунаются и с визгом выскакивают. Но больше круга и делать нельзя. Затем надо срочно бежать на корабль и забираться в парилку.

Как вы считаете, глобальное потепление — это реальная угроза? Как это сказывается на животном мире Арктики?

Ученые говорят, что края ледового покрова уходят все дальше на Север. С одной стороны, это облегчает использование Северного морского пути — не так много льдов. С другой — создает много проблем. Например, для белых медведей. Раньше они переходили по льду от одного архипелага к другому и попадали на острова, где находятся родильные дома самок. А теперь от края льда до острова чуть ли не сто километров. Не каждый медведь такое рас-

стояние проплывет, но если он не достигнет острова, на котором залежи моржей, значит, не найдет себе пищу. Это серьезная проблема. Возможно, конечно, что сейчас идет только цикл потепления, и потом опять наступит похолодание.

Вы верите, что еще можно открыть новые виды животных? Новые виды животных открываются ежедневно. Обычно так говорят о крупных млекопитающих, которые у всех на виду, но моллюски, черви, насекомые, мелкие членистоногие, клещи, пауки — тоже животные. И их в некоторых группах даже больше неописанных видов, чем описанных. Многие из них, возможно, исчезнут прежде, чем мы узнаем об их существовании. Например, при вырубке деревьев в амазонской сельве. В Южной Америке, Западной Африке, Юго-Восточной Азии есть еще много густых, труднопроходимых лесов. Они недостаточно изучены, и там можно найти новые виды птиц, мелких млекопитающих, например, грызунов.

Есть качества, присущие животным, которых не хватает человеку?

Люди лучше животных! У животных есть зачатки интеллекта, но нет души. Человека от животного отличает не орудийная деятельность и даже не мыслительная активность, а самое главное отличие — способность верить. Люди выбирают по собственной воле, решая, что лучше или хуже, исходя не только из потребности, но и из морали. Животные это делают инстинктивно. Не стоит приписывать им человеческие качества и описывать их как людей. Например, считать благородными, коварными или хитрыми. Хищник ловит и съедает жертву, но это не значит, что он жестокий, просто иначе ему не выжить. Тут нельзя никого обвинять. Не существует лебединой верности. Есть животные-моногамы, которые по своей генетике запрограммированы и образуют пары на всю жизнь. Это выгодно для их вида. Или, например, я недавно узнал, что молодой лев, придя в прайд, первым делом загрызает старого льва, потом обходит самок и убивает всех их львят. Так он, инстинктивно, конечно, стремится к тому, чтобы у львиц были детеныши только от него. С точки зрения морали — кошмар. Но это природный закон, и никто не может сказать льву: «Не делай так, прими детей и воспитывай, как своих». Поэтому не стоит сравнивать человека и животных. Конечно, есть домашние питомцы, которые приобретают ряд как бы человеческих качеств. Они понимают своего хозяина, с ними можно разговаривать. Относитесь к ним и любите, как членов своей семьи. Вообще, ко всему в жизни надо подходить с любовью!

Если кто-то может взять животное домой и сделать его счастливым, то пусть делает. А если не можешь, то хотя бы не осуждай тех, кто этим занимается. Надо четко соблюдать принцип — нести добро окружающим и никогда не делать себе хорошо за счет других.

>>> Больше всего я люблю фотографировать животных в природе и, конечно, в действии. Я много раз бывал в Африке. Фотографировал слонов, львов, антилоп, жирафов. Порой долго выслеживаешь и все же упустить какой-то интересный момент. Он уже никогда не повторится, так как дожидаться, чтобы животное еще раз так сделалось, часто нереально. Поэтому лучшие фотографии остались у меня в голове.

>>> Только на Северном полюсе ты можешь проникнуться тем, что стоишь на макушке Земли, в точке, где нет ни запада, ни востока, ни севера. Во всех направлениях, куда ни посмотри, везде — юг. В полярную ночь солнца вообще не видно, оно как будто где-то под землей ходит. В полярный день оно не заходит и как бы все время идет по горизонтали по кругу вокруг вас. Утро, вечер, закат, восход — все эти понятия здесь стираются. Стоя тут, думаешь, что под тобой море, а на самом деле — трехметровая глыба льда, которая выдерживает даже садящийся самолет.

Три пятилетки «Турбизнеса»

15 лет назад — в феврале 1998 года — увидел свет первый номер журнала «Турбизнес». «Я рассчитываю, что «ТБ» будет по-настоящему цеховым журналом, на страницах которого можно прочитать о своих партнерах и конкурентах, получить ответ на волнующий вопрос или узнать что-нибудь о себе самом», — отмечал во вступительном слове **Иван Калашников**.



Насколько нам это удалось — судить читателям. Мы же можем лишь констатировать: свыше полутора сотен номеров, 10 тысяч с лишним журнальных полос, более 50 млн печатных знаков. И все это — за полтора десятилетия. Впрочем, дело, конечно, не в цифрах. Российский, да и международный туристические рынки за прошедшие годы существенно изменили свой облик. Вместе с ними менялся и «Турбизнес». Листая старые подшивки, невольно

удивляешься тому, какой большой путь проделала туриндустрия. То, что казалось абсолютной и мало кому нужной новинкой в конце девяностых годов, сегодня воспринимается как нечто само собой разумеющееся. Пробежимся по страницам первого номера «ТБ».

«Забудьте про обычные бумажные билеты — и вы значительно сократите накладные расходы!» Таков девиз авиакомпании British Airways, которая не так давно начала продавать на свои рейсы электронные билеты, так называемые e-ticket. Руководство перевозчика осознает, что придется много поработать над сознанием пассажиров, привыкших покупать обычные билеты, которые воспринимаются как материальное доказательство их права на проезд...» Сегодня электронный билет настолько прочно вошел в нашу жизнь, что стоящие перед авиакомпаниями проблемы, связанные с внедрением e-ticket, кажутся смешными.

«В аэропорту Шереметьево продлен срок действия упрощенного порядка декларирования багажа и валюты, принадлежащих физическим лицам... Готовится приказ о распространении упрощенных правил декларирования багажа и валюты по всей России». Не правда ли, сейчас уже сложно поверить в то, что еще сравнительно недавно в российских международных аэропортах никто и не слышал о «зеленых коридорах»? А кто теперь вспомнит размер суммы иностранной валюты, которую турист мог вывезти с собой за границу без декларации в 1998 году?

Посмотрим на статистику. По данным Госкомстата РФ, в первом полугодии 1998 года за границу с целью туризма выехали 1,6 млн наших соотечественников (32% от общего объема выезда за рубеж). Среди выездных туристических направлений лидировали Турция, Китай, Польша, Финлян-

дия, ОАЭ. Сравним это с показателем первого полугодия 2012 года — почти 6,5 млн туристов. В первую пятерку теперь входят Турция, Египет, Китай, Таиланд и Германия. А как при этом изменилось само представление о туризме, скажем, в Китае? На смену «челнокам» в приграничных районах пришли настоящие путешественники, экскурсирующие по самым заповедным уголкам Поднебесной. Да и Турция, хоть и сохранила свое лидерство в этом списке, нынешнему российскому туристу представляется совсем не такой, какой она была 15 лет назад.

«Натали Турс», или Как преуспеть в турбизнесе, используя методы прикладной математики». Так назывался первый материал «ТБ», посвященный, как было написано во вступлении, «известным личностям в российском туристическом бизнесе». «Сейчас в «Натали Турс» работает около 40 человек, к летнему сезону их станет 45», — констатировал «ТБ». В 2012 году «Натали» отмечает свой 20-летний юбилей, и только в центральном офисе компании работают около 400 сотрудников. Как говорится, без комментариев.

Впрочем, многие известные бренды отечественного туризма конца 1990-х годов сегодня помнят лишь редкие старожилы рынка. Тем приятнее увидеть на страницах журнала 15-летней давности имена хороших знакомых и добрых друзей «ТБ», прошедших, как говорится, огонь, воду и медные трубы. Например, Express Line, «Астрвел» (в то время — «Ассоциация путешественников»), «Спектрум», «АРТ-ТУР».

В январе 1998 года в Сочи состоялся первый Российский туристический конгресс по вопросам внутреннего и въездного туризма. Его участники приняли «Обращение к институтам государственной власти и общественным организациям РФ». Документ, получивший неофициальное название Сочинская декларация, в частности, констатировал: «Важнейшее условие увеличения числа поездок в Россию иностранных туристов — упрощение паспортно-визовых, таможенных и других формальностей, связанных с пересечением границы и пребыванием на территории страны, снижение платы за оформление въездных виз в РФ. Необходимо возобновить массивную пропаганду имиджа России как страны с уникальными туристическими возможностями и спокойной социально-экономической ситуацией...»

Этот пассаж во многом не потерял своей актуальности и на сегодняшний день. 1,1 млн иностранных граждан посетили Россию с туристическими целями в первом полугодии 1997 года. В первом полугодии 2012 года зарубежный турпоток в РФ недотянул и до миллиона человек.

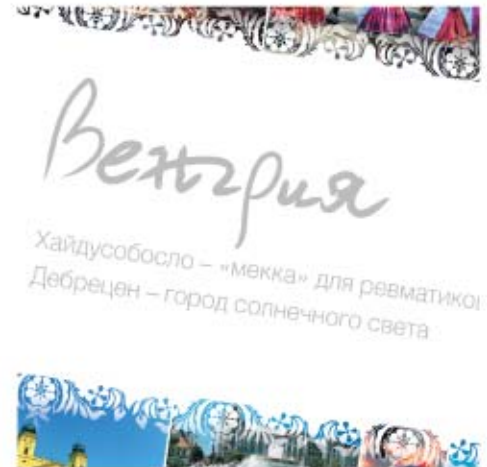
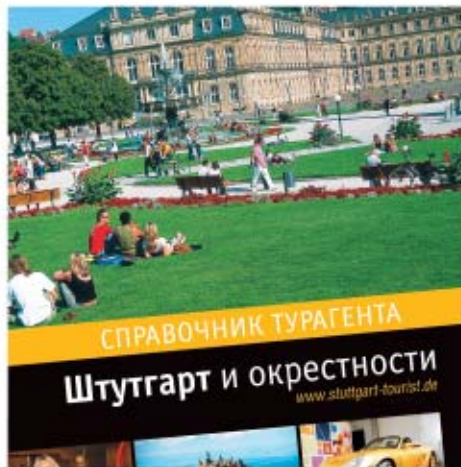
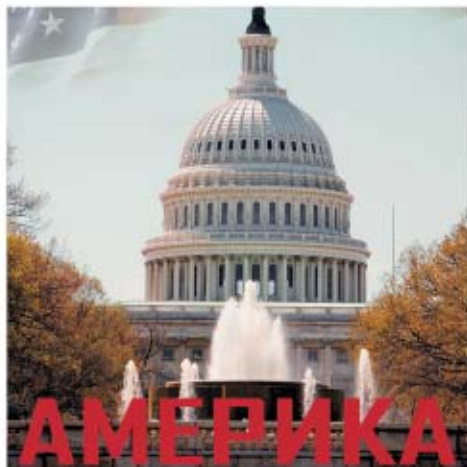
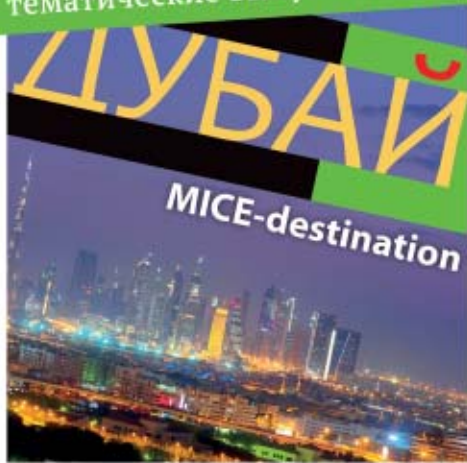
И снова вернемся к старому предисловию: «Россия не может похвастаться тем, что тысячи ее туристических компаний захлебываются в потоках действительно полезной литературы. Чтобы сосчитать отечественные специализированные издания по туризму, хватит пальцев и одной руки...» Что ж, хоть что-то в нашей бурной и динамично меняющейся жизни остается стабильным.

С праздником, уважаемые читатели «Турбизнеса»!

destinations

ТУРБИЗНЕС

тематические выпуски и приложения журналов «Турбизнес» и Business Travel



февраль	Саксония
февраль	Кельн
март	Кельн. Центр здоровья
март	Швеция
март	Каталог «Россия. Конгресс-услуги»
март	Чешский маршрут
март	Франкфурт
июнь	Бавария
июнь	Европейский маршрут
август	Технологии
сентябрь	Валле д'Аоста
октябрь	Горные лыжи
ноябрь	Путешествие за здоровьем
ноябрь	Зимняя экзотика

- Более 30 выпусков в год в печатном и электронном видах
- Информация о странах, туристических регионах, видах туризма
- Ориентированы не только на сотрудников туристических агентств, но и на туристов

Распространение

Вместе с журналом «Турбизнес» по российским туристическим компаниям, на московских и региональных выставках, региональных workshop «Турбизнес»

Приглашаем к сотрудничеству!

Дополнительная информация и заказ рекламы | тел.: (495) 723-72-72 | e-mail: reclama@tourbus.ru



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