

№14 Декабрь 2014

www.tourbus.ru

Турбизнес

Travel Trade Russia

Туризм
нон-фикшн

12+

2015



 **РОЗА ВЕТРОВ**
ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

www.roza-v.ru

ПРИЕМ В МОСКВЕ



**wtm
VISION
conference**

Москва 8 апреля

Пекин 13 апреля

Кейптаун 15 апреля

Подробности и регистрация
www.wtm-vision.ru

Ведущая международная туристическая выставка World Travel Market (Великобритания) и ИД «Турбизнес» проводят четвертую практическую конференцию WTM Vision. Каждый год конференции WTM Vision собирают в разных странах мира ведущих экспертов для обсуждения проблем туристической индустрии.

В программе конференции:

- Мировые тренды маркетинга в travel индустрии
- Маркетинг российских регионов. Реалии и опыт продаж
- Трэвел-стартапы. Есть ли место для новых игроков на рынке?
- Последние тенденции в диджитал-продвижении в туризме
- Системы лояльности как эффективный инструмент удержания клиентов в условиях падающего спроса
- Дискуссионная дуэль «Онлайн vs Турагентства»
- Лучшие SMM-кейсы в туризме 2014 г
- Изменение потребительского спроса в агентских и онлайн-бронированиях

Место проведения: гостиница Golden Ring
Зал «Ярославль»

Время работы:

8 апреля 9:00 - 13:30

ART TOUR

Туроператор с 1992 года

ПРЕДСТАВЛЯЕТ

ДУБАИ

20-Й ЮБИЛЕЙНЫЙ ТОРГОВЫЙ ФЕСТИВАЛЬ
В ДУБАЕ! С 1 ЯНВАРЯ ПО 1 ФЕВРАЛЯ 2015 г.

Вас ожидают распродажи со скидками до 90%, концерты звёзд и, конечно, спецпредложения от отелей и курортов:

- JA RESORTS & HOTELS 5*
- ATLANTIS THE PALM, DUBAI 5*deluxe
- JUMEIRAH ZABEEL SARAY 5*deluxe
- ONE&ONLY ROYAL MIRAGE 5* deluxe и др.

Горящие туры на новогодние каникулы со 2 января на 9 ночей, гарантированный перелёт а/к Emirates.

ЗВОНИТЕ И БРОНИРУЙТЕ:

+7 (495) 980 ● 21 ● 21

www.arttour.ru



made in Italy

Открыта онлайн-академия туризма Италии



Зарегистрироваться и начать обучение можно по адресу:

www.italy-learning.ru

Узнать больше о различных видах туризма в Италии, открыть для себя малознакомые города и области, а также расширить познания об уже известных направлениях страны менеджеры турфирм теперь могут прямо на своем рабочем месте.

ЭНИТ – Национальное агентство по туризму Италии и Издательский дом «Турбизнес» объявляют об открытии обучающего портала «Италия. Онлайн-академия». Академия создана для специалистов туристических компаний, ее цель – продвижение Италии как единого туристического направления, обладающего неисчерпаемыми туристическими возможностями.

Академия включает в себя 10 тематических разделов: «Почему Италия?», «Города и области», «Отдых на море», «Отдых на озерах», «Горнолыжные курорты», «Эногастрономический туризм», «Термальные курорты и оздоровительный отдых», «Шопинг», «Выставка EXPO-2015», «MICE и событийный туризм». Раздел «Города и области» подразделяется на три курса: «Северная Италия», «Центральная

Италия», «Южная Италия». Все разделы и курсы можно изучать в произвольном порядке, в конце каждого из них размещен проверочный тест. Вопросы связаны с прочитанным материалом, из четырех вариантов ответов нужно выбрать один правильный.

Все сотрудники туристических агентств, которые успешно пройдут обучение, получают сертификат «Дипломированного турагента по Италии». Между выпускниками будет разыграна поездка в Италию!

Старт академии дан в Год туризма Италии в России. Российский рынок – один из приоритетных для Италии. Новый обучающий портал, по мнению ЭНИТ, не только расширит знания менеджеров по данному направлению, но и может способствовать росту продаж.

В НОМЕРЕ

4 СОБЫТИЯ

6 ФОКУС: ТУРОПЕРАТОРЫ

12 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК – РОССИЯ

АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

14 Бизнес в штормовую погоду

ТЕМА НОМЕРА

- 17 Весенние перевертыши
- 19 Как агентский рынок переживет суровую зиму
- 21 Первые победы
- 24 Игра на понижение

25 По сходной цене

26 ПРОФИЛЬ

РЕГИОНЫ РОССИИ

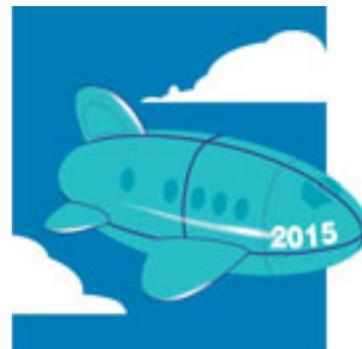
- 28 Сделано в Югре
- 30 Урал нашел точку опоры
- 31 Великий Новгород ищет клады
- 34 Магнитный пояс Подмоскovie

37 ТУРОПЕРАТОРЫ

38 ГОСТИНИЦЫ

TOURIST BOARDS

- 40 «Путешествие путешевий» начинается
- 42 Время исправлять ситуацию



РЫНКИ

- 44 В пятерке самых динамичных
- 46 Жажда экзотики – всё
- 48 Остров райского отдыха
- 52 Меняющаяся Латвия

50 КРУИЗЫ

54 VIP-КЛИЕНТ

56 КНИЖНЫЙ ГИД

Дорогие друзья, коллеги, партнеры!

Известно, что Россия из сложных времен всегда выходит ещё более сильной, обновленной, непобедимой!
Наступающий 2015 год – год таких перемен.

Удачи, успеха, любви, нежности и благополучия
вашим семьям, исполнения самых смелых
желаний в Новом Году!

До встречи на выставке
«Интурмаркет-2015» 14-17 марта

2015

X МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ВЫСТАВКА

INTOURMARKET

14-17 МАРТА • МОСКВА • МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



Главный редактор Елена Борисова
e.borisova@tourbus.ru

Заместитель
главного редактора Ян Хвилер

Заместитель
главного редактора,
главный художник Алексей Пелевин

Корреспонденты: Анна Юрвева,
Евгений Голомолин,
Владимир Сергачев,
Геннадий Габриэлян,
Константин Исааков,
Георгий Осипов

Дизайнер Надежда Калистратова
Корректор Марина Мартьянова

Сайт www.tourbus.ru
Михаил Шугаев
Софья Константинова
Александра Полянская

Тематические выпуски Destinations
Александр Попов
Светлана Коновалова
Елена Смирнова

Спецпроекты ИД «Турбизнес»
Лариса Мартьянова

Редакция журнала «Турбизнес»
Адрес редакции: Суворовская пл., д. 2, стр. 3
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32
Тел./факс: (495) 723-72-72
Интернет: www.tourbus.ru

Отпечатано в России
Тираж 10 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-18985

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

Учредитель: ООО «Турбизнес»
Издатель: ООО ИД «Турбизнес»

Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

Исполнительный директор
Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

Заместители
генерального директора Елена Борисова
Александр Попов

Директор по рекламе
Ольга Гришина
o.grishina@tourbus.ru

Менеджер отдела рекламы
Анастасия Пшеничная
reclama@tourbus.ru

Отдел информации
и распространения
Руководитель Лариса Тарасюк
l.tarasyuk@tourbus.ru
Лариса Лаврова

Отдел workshop
Руководитель Людмила Сивова
Елена Архипова
Кристина Сивова
Евгения Шуманская
workshop@tourbus.ru

Отдел event
Руководитель Ирина Ильина
i.ilina@tourbus.ru

Турбизнес

из Северо-Запада

BUSINESS TRAVEL

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

Destinations

ТУРБИЗНЕС

Пять звезд

© ООО ИД «Турбизнес»

В декабре

В декабре Комиссия правительства РФ по законопроектной деятельности одобрила внесенный Минкультуры законопроект об усилении ответственности участников туристического рынка и повышении уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы России. В информации, размещенной на сайте кабинета министров, изменения направлены на совершенствование законодательства в части правового регулирования, прежде всего, выездного туризма, в том числе на повышение защиты интересов потребителей туруслуг, на создание прозрачного и контролируемого туристического рынка, на усиление ответственности туроператоров.

На форуме, организованном аэропортом «Домодедово», начальник отдела департамента государственной политики в области гражданской авиации Андрей Иванов сообщил, что Минтранс поддерживает проект закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в целях усиления ответственности участников туристического рынка и повышения уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы территории Российской Федерации». В новой формулировке статьи 10.2 в перечень существенных условий для заключения между туроператором и фрахтовщиком или его агентом договора фрахтования воздушного судна теперь входит предоставление туроператором гарантии оплаты по договору — банковской гарантии, банковского вклада (депозита) и т.п.

Совет Федерации утвердил законопроект «О внесении изменений в Федеральный закон «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». В нем, в частности, есть важное изменение, касающееся сроков начала обязательной классификации средств размещения. Обязательная классификация должна была начаться уже с 1 июля 2015 года, однако в утвержденном Советом Федерации законопроекте предлагается в части 1 статьи 36 слова «с 1 июля 2015 года» заменить словами «с 1 июля 2016 года».

ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ ИЗ РФ*

ВЫШЛИ В МИНУС

Австрия -13%
Болгария -43%
Греция -11%
Китай -23%
Куба -11%
Мальта -19%
Норвегия -76%
Польша -7%
Словакия -44%
Таиланд -5%
Финляндия -62%
Хорватия -14%
Чехия -10%

ВЫШЛИ В ПЛЮС

Венгрия +67%
Египет +32%
Италия +5%
Кипр +19%
Респ. Корея +25%
Литва +52%
Нидерланды +25%
Румыния +155%
США +10%
Турция +10%
Швейцария +5%
Швеция +21%
Япония +11%

ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В РФ*

ВЫШЛИ В МИНУС

Австрия -18%
Великобритания -13%
Германия -8%
Греция -18%
Испания -13%
Италия -8%
Канада -11%
Норвегия -18%
Польша -37%
США -34%
Финляндия -23%
Швейцария -8%
Швеция -25%

ВЫШЛИ В ПЛЮС

Австралия +5%
Венгрия +10%
Израиль +13%
Кипр +39%
Китай +10%
Респ. Корея +57%
Куба +30%
Словакия +11%
Таиланд +12%
Турция +13%
Япония +4%



* данные Росстата за 9 месяцев 2014 года



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

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ
 УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ

11^й
 ВЫПУСК

ГОСТИНИЦЫ • КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ • ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ • MICE-КОМПАНИИ

ТИРАЖ:
10 тыс. экз.

ВЫХОД ИЗДАНИЯ:
март 2015 г.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, MICE- и PCO-компаний (5000 адресов);
- на выставках FITUR (Мадрид), ITB (Берлин), MITT (Москва), IMEX (Франкфурт), MIBEXPO (Москва), WTM (Лондон), EIBTM Барселона;
- на специализированных workshop (АНТОР-MICE, MICE Forum, и др.) и региональных workshop «Турбизнес»
- на конференции WTM Vision, семинарах Travel Business Day

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

conference.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС ТУРИЗМ
BUSINESS TRAVEL

Турбизнес
 ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В КАТАЛОГЕ

тел./факс: (495) 723-7272

Пшеничная Анастасия | e-mail: catalog@tourbus.ru

Крепкие объятия

Компания «НТК Интурист» осуществляет «дружеское поглощение» туроператора «Солвекс-Трэвэл»

«**В** основном слияние касается кадровых активов «Солвекса». Так, уже месяц департамент внутреннего туризма «НТК Интурист» возглавляет Сергей Стребков, бывший руководитель по России и СНГ компании «Солвекс-Трэвэл», — рассказывает бренд-менеджер «Интуриста» Мария Конабеева. — В петербургский филиал «НТК Интурист» были интегрированы отделы Прибалтики, Северной Европы и Израиля прекратившей существование компании «Солвекс-Турне». Нашим стратегическим партнером в Болгарии стала Solvex Bulgaria — признанный лидер среди туристических компаний этой страны. Также мы вводим в ассортиментный портфель еще одно традиционно сильное направление «Солвекса» — организованный детский отдых».

При этом представитель «Интуриста» подчеркивает, что оператор никак не связан с «Солвексом» финансово, то есть приобретения этой компании не происходило и не планируется: «В данном случае происходит дружеская консолидация эффективных активов в условиях падающего рынка, которая позволит укрепить и нарастить присутствие на рынке».



НАЧИСТОТУ

Ростуризм инициировал проведение новой финансовой проверки ассоциации «Турпомощь», на счетах которой в настоящее время числится около 90 млн рублей. Аудит должен закончиться не позднее 10 февраля 2015 года. Предыдущая проверка, проводившаяся осенью, не дала ясной картины из-за нехватки документов. В 2014 году на эвакуацию из-за рубежа клиентов обанкротившихся турфирм «Турпомощь» потратила 290 млн рублей.

Всех наверх

В России создана Ассоциация круизных операторов — АКО

«**К**ак объяснил президент АКО и глава круизного центра «Нептун» Валентин Елисеев, цель нового объединения — популяризация и компетентное продвижение морских круизов, борьба с недобросовестными продавцами, из-за которых страдают и туристы, и надежные туроператоры. Помимо «Нептуна» в новую ассоциацию вошли компании «Виа Марис», «ВИП круиз», «Инфлот» и «Магазин круизов». Поскольку все они входят в РСТ, АКО будет работать под эгидой союза».

Ассоциация открыта для всех добросовестных продавцов круизов. Разработан сайт asof.ru, где будет опубликована вся актуальная информация о деятельности объединения».



Топ-перезагрузка

Президент «Натали Турс» Владимир Воробьев объявил об оптимизации управления компанией в условиях тяжелой ситуации на рынке

«**В** «Натали Турс» прошел ряд кадровых перестановок, волна серьезных сокращений коснулась персонала среднего звена в региональных офисах. Не избежал увольнений и руководящий состав — в офисах Самары и Новосибирска, показавших худшие результаты по итогам летнего сезона, были сняты с должностей их руководители. Новым директором по продажам туроператора назначена Анна Малинина. «Основная задача, которая стоит перед Анной Малининой, — стабилизировать продажи и не допускать их обвала, — подчеркивает Владимир Воробьев. — Большое внимание новый руководитель будет уделять работе с агентской сетью». С марта 2014 года агентская политика «Натали» уже существенно изменилась, компания стала более открыта для заключения договоров. В частности, руководители региональных офисов получили возможность самостоятельно принимать решения о работе с тем или иным агентством».



НЕ ДОТЯНУЛИ

Первым на новом витке банкротств о невозможности исполнения своих обязательств по договорам реализации турпродукта сообщил новосибирский «Акрис» (юридические лица ЗАО «Акрис трэвел» и ЗАО «Акрис-Интурист»), созданный супругами Владимиром и Светланой Коуровыми еще в 1991 году. На момент приостановки деятельности за границей находились более 160 клиентов компании, свыше тысячи человек оплатили авиабилеты, турпакеты и гостиничные номера на декабрь — январь. Ушел с рынка московский туроператор VipReisen (ООО «ВИП Райзен»). Следом за ним прекратила деятельность фирма «Иstanbul Тревел». Она специализировалась на поездках в Стамбул — предлагала шоп-туры для розничных и оптовых покупок, выезды на семинары и конференции, отдых на горнолыжных курортах, круизы вдоль побережья Турции. В середине месяца подал «sos» один из старейших столичных туроператоров — «Мосинтур». Компания, основанная в 1984 году, специализировалась на турах в Европу, а также продавала путевки во Вьетнам, Таиланд, Израиль, Иорданию и Турцию. Все четыре обанкротившиеся турфирмы страховали свою ответственность в одной и той же компании «Либерти Страхование». На 11 декабря общая сумма компенсаций по зарегистрированным заявлениям от клиентов одного только «Акриса» составили 4,3 млн рублей. Еще как минимум миллион рублей, по оценкам экспертов, придется выплатить туристам «Иstanbul Тревела».

В ДЕКАБРЕ РОССИЙСКИЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК СНОВА ПОНЕС ПОТЕРИ

C. 17



ТЕZ TOUR И «АЭРОФЛОТ» СВЕЛИ СЧЕТЫ

Конфликт между TEZ Tour и «Аэрофлотом», продлившийся всего несколько дней, заставил волноваться всю туристическую общественность. Сейчас сотрудничество туроператора и авиаперевозчика продолжается в штатном режиме. Хотя переговоры об оптимизации зимних полетных программ по состоянию на конец ноября завершены не были.

ANEX TOUR ПРОЩАЕТСЯ С «ЮТЭЙР»

Крупная туристическая компания, работающая на массовых направлениях Турции, Таиланда и Египта, объявила о том, что до конца года выведет 11 самолетов из состава парка авиакомпании «ЮТэйр» в дочернюю структуру – «Катэкавиа».

«КОГАЛЫМАВИА» СУДИТСЯ С TUI RUSSIA

«Когалымавиа», работающая в настоящее время под брендом MetroJet, подала иск в Арбитражный суд Москвы к московскому ООО «ТТ-Трэвел» (TUI Russia) о взыскании 1,39 миллиарда рублей. Ранее Арбитражный суд Москвы зарегистрировал три иска ООО «ТТ-Трэвел» о взыскании с авиакомпании денежных средств – в общей сложности на 558 млн рублей.

«ВОЗДУШНЫЕ БОИ» В ТУРИСТИЧЕСКОМ НЕБЕ

С. 22–23

Готовь летний чартер

Туроператор «Музенидис Трэвел» объявил, что в летнем сезоне 2015 года он впервые организует чартерные рейсы из двух российских столиц на греческий остров Кос

Из Петербурга рейсы планируется выполнять с частотой два раза в неделю, из Москвы – 3–4 раза в неделю. Вылеты начнутся в конце мая – начале июня и продолжатся до октября.

«Сейчас ведутся переговоры с возможными перевозчиками, контрактинг с отелями практически завершен. Мы учли экономические реалии и готовы предложить клиентам широкий выбор недорогих гостиниц уровня 3*, – говорит генеральный директор компании Александр Цандекиди. – Скорее всего, в 2015 году выездной турпоток продолжит свое падение. Поэтому мы довольно осторожно подошли к объемам будущей перевозки и не планируем использовать самолеты вместимостью свыше 150 кресел». На Косе уже началось формирование принимающего офиса туроператора, в будущем здесь появится собственный автобусный парк и служба гидов.



Интурмаркет: «Знай наше!» - вся Россия – онлайн

Портал для профессионалов туризма Profi.Travel совместно с Международной туристической выставкой «Интурмаркет», при поддержке Федерального агентства по туризму объявляют о проведении 13-26 апреля 2015 года первой ВСЕРОССИЙСКОЙ ОНЛАЙН-ВЫСТАВКИ «ЗНАЙ НАШЕ!».

Впервые туристические возможности всех регионов России будут комплексно представлены на единой онлайн-площадке nashe.travel

В 2015 году туристическая отрасль ожидает взрывного роста внутреннего туризма.

Профессионалы отрасли убеждены, что уже этой зимой внимание российских туристов будет сосредоточено именно на предложениях внутреннего туррынка.

Связано это не только со сложившейся политической и экономической ситуацией, но и с развитием внутрироссийского туррынка. Этот долгожданный для отрасли момент становится возможным благодаря проведенной многолетней работе по созданию новой инфраструктуры: строительству отелей самого высокого класса, парков развлечений мирового уровня, новых дорог, открытию новых авиамаршрутов.

Однако в настоящее время большинство россиян убеждены, что турпродукт России остался на уровне санаториев времен СССР, а с другой стороны – российским профессионалам туротрасли остро не хватает качественно поданной, структурированной информации предложений отдыха внутри страны, несмотря на широкие возможности туристических кластеров России.

Это привело к тому, что туркомпании предпочитают работать с иностранным рынком, слабо знают особенности отельной базы и экскурсионных возможностей российских регионов.

Выставка «Знай наше!» призвана кардинально изменить сложившуюся ситуацию.

Она покажет туриндустрию России, готовую предложить высокий уровень сервисного обслуживания для туристов как премиум-, так и эконом-сегментов, позволит в интенсивном режиме провести обучение одновременно для тысяч профессионалов рынка.

«Знай наше!» возрождает интерес к внутрироссийскому туризму, заново открывает собственную страну для миллионов россиян через интересную интерактивную программу для туристов.

«Знай наше!» создаст самый полный справочник по туризму в России: по окончании выставки вся информация о туристических возможностях регионов останется доступной онлайн на сайте nashe.travel

Мы приглашаем к участию в онлайн-выставке «Знай наше!» региональные власти, курорты, отели, туроператоров и других представителей туристического бизнеса, нуждающихся в презентации своего продукта или услуг самой широкой аудитории России.

Присоединяйтесь к онлайн-выставке «Знай наше!» Пусть каждый захочет отдыхать в России!

Организаторы:

Алексей Венгин, Profi.Travel, nashe@profi.travel
Ольга Хоточкина, «Интурмаркет», expo@tourfond.ru

Улыбаемся и путешествуем

Сервис онлайн-бронирования отелей Oktogo.ru проанализировал данные о бронировании мест в гостиницах с 31 декабря 2014 года по 11 января 2015 года туристами, планирующими свои поездки без участия турфирм. Как отмечают в операционной службе сервиса, отдых в России стал выгоднее, чем за границей, поэтому спрос на новогодние поездки по стране **вырос в три раза** по сравнению с прошлым годом.

»»» В первую десятку российских городов по количеству забронированных ночевок в период новогодних праздников вошли **Сочи, Москва, Санкт-Петербург, Казань, Калининград, Нижний Новгород, Великий Новгород, Кострома, Ярославль и Псков.**



»»» В среднем туристы отправятся в новогоднее путешествие по России на пять дней и потратят на проживание в гостиницах **3500 рублей в сутки**, что **на треть меньше**, чем за рубежом. В Казани туристами забронированы самые бюджетные новогодние поездки по стране. В столице Татарстана они потратят на проживание в гостинице около 1900 рублей в сутки.

»»» Первую десятку самых популярных зарубежных стран для новогоднего отдыха у российских туристов составляют **Чехия, Италия, Испания, Таиланд, Эстония, Германия, Турция, Финляндия, Австрия и Франция.**

»»» Самые дорогие зарубежные поездки на Новый год забронированы россиянами в **Доминиканскую Республику – 13500 рублей за сутки** проживания в отеле, а самые бюджетные – в **Венгрию (2500 рублей в сутки)**. По длительности новогодних поездок лидирует Мексика, куда туристы отправятся в среднем на десять дней.

»»» Самым дорогим европейским городом для проведения новогодних каникул у россиян станет **Венеция**, где они потратят на проживание в отеле **9 600 рублей в сутки**, а самым популярным на новогоднюю ночь – **Таллин.**



»»» По данным сервиса, первую десятку зарубежных городов для новогодних путешествий россиян составляют: **Прага, Таллин, Рим**, Вена, Рига, Берлин, Париж, Стамбул, Вильнюс и Хельсинки.

РОЖДЕСТВО В СТОЛИЦАХ ЕВРОПЫ

ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ЭКОНОМИТЬ

	ГОРОД	БЮДЖЕТ В ДЕНЬ (ЕВРО)
1	Братислава	40
2	София	41
3	Вильнюс	42
4	Белград	43
5	Будапешт	51
6	Загреб	52
7	Варшава	53
8	Прага	55
9	Бухарест	56
10	Любляна	61

Источник: Travel.ru

ДЛЯ ТЕХ, КТО НЕ ХОЧЕТ ЭКОНОМИТЬ

	ГОРОД	БЮДЖЕТ В ДЕНЬ (ЕВРО)
1	Осло	105
2	Сан-Марино	106
3	Копенгаген	108
4	Стокгольм	109
5	Париж	110
6	Вена	112
7	Хельсинки	136
8	Лондон	137
9	Рейкьявик	152
10	Монако	171

Источник: Travel.ru



ГЛАВА ДИПЛОМАТИЧЕСКОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ГУТ КНР ЛЮ ЦЗЯНЬМИН

Дорогие друзья!

2014 год был непростым годом для мировой туристической индустрии и российского туризма в частности. Сложности в области экономики и политики вынуждают туристические компании работать в нелегких условиях. Я надеюсь, что эти трудности носят временный характер, ведь туризм – одна из самых перспективных отраслей мировой экономики. За 11 месяцев этого года количество российских туристов в Китае немного сократилось по сравнению с тем же периодом 2013 года. Но есть и хорошая новость – количество туристов из Китая в Россию выросло примерно на 10% процентов. По данным статистики КНР, за 11 месяцев этого года количество туристов из Китая, отправившихся в зарубежные поездки в различные страны мира, достигло 100 миллионов. Китай официально занял первое место среди стран – поставщиков туристов в Россию.

Желаю российскому туристическому бизнесу успехов и хорошего развития в наступающем году!





Workshop «Турбизнес»: от Мурманска до Иркутска

С 8 сентября по 29 октября в российских регионах и странах ближнего зарубежья прошла осенняя серия workshop «Турбизнес». Генеральным партнером проекта выступил туроператор Apex Tour, официальной страной – партнером мероприятия стала Финляндия.

« Мы традиционно участвуем в workshop «Турбизнес», в 2014 году ездили в Краснодар, Ростов-на-Дону, Волгоград, Самару, Казань, Нижний Новгород, Пермь и Уфу. Мы довольны явкой агентов, а также тем, как в целом прошли рабочие встречи. Публика на workshop приходит разная: много молодых сотрудников турагентств, большинство – это сотрудники, которые действительно заинтересованы в мероприятии, целенаправленно выбирают семинары, задают интересные вопросы »»

СВЕТЛАНА СУВОРОВА

Директор по продажам московского офиса компании «Вест Тревел»

В этом сезоне рабочие встречи состоялись в 27 городах: Сочи, Анапе, Воронеже, Саратове, Пятигорске, Ставрополе, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Волгограде, Перми, Уфе, Самаре, Казани, Нижнем Новгороде, Магнитогорске, Челябинске, Тюмени, Сургуте, Омске, Новосибирске, Красноярске, Иркутске, Мурманске, Архангельске, Минске, Астане и Алма-Ате. Впервые мероприятия прошли в Сочи, Анапе и Иркутске.

Об успехе осенней серии workshop говорит как заметное расширение географии проведения рабочих встреч, так и увеличение числа компаний-участников: в этом году ими стали более 130 туроператоров, национальных офисов по туризму, страховых компаний, гостиниц и санаториев. В их числе «Веди Тур Групп», Sunmar Tour, Слетать.ру, «Туртранс Вояж», «Виа Марис», St. Peter Line, ENIT – Национальное Агентство Италии по Туризму, Visit Finland, «Арт-Тур», Coral Travel, «Музенидис Трэвел», «Дельфин», Pegas Touristik, Hotel Jardin Tropical.

В рамках осенней серии workshop прошли 300 семинаров, посвященных новинкам зимнего сезона, экзотическим направлениям, круизам, поездкам по Европе, а также турам по России – лечебным, горнолыжным, экскурсионным.

Несмотря на кризис в туристической отрасли, массовые банкротства туроператоров и распростране-

ние онлайн-семинаров, формат выездных workshop по-прежнему очень востребован у региональных турфирм. Агентства проявили высокий интерес к новым операторским программам и каталогам, мастер-классам. Во время некоторых презентаций залы не смогли вместить всех желающих. Около 80% опрошенных агентов отметили, что для них очень важна возможность пообщаться с представителями туроператоров лично. Они также признались, что им удобнее работать с печатными, а не с электронными каталогами. Весенняя серия workshop «Турбизнес» обещает быть еще более масштабной: рабочие встречи запланированы в марте – апреле в 30 городах России и СНГ. Традиционно workshop пройдут в Поволжье, Сибири, на Урале, Северо-Западе и Юге России. Среди новых направлений – Великий Новгород, Пенза, Набережные Челны, Курган, Барнаул, Кемерово и Ереван.

»» **80%** опрошенных агентов отмечают, что для них очень важна возможность пообщаться с представителями туроператоров лично.



3



4



5



6



7



8

1 Награждение дипломами участников workshop «Турбизнес».

2 «Анекс Тур» – генеральный партнер осенней серии workshop.

3 СВЕТЛАНА СУВОРОВА из «Вест тревел» довольна результатами выездных встреч.

4 Специалисты «Розы ветров Юг» провели семинар «Как выжить агенту в сегодняшних условиях».

5 «Музенидис тревел» приглашает насладиться отдыхом в Греции.

6 Jey Study – тонкости образовательного туризма.

7 Sunmar Tour представил новинки зимнего сезона 2014–2015.

8 СК «Цюрих» – вопросы страхования как никогда актуальны на российском туристическом рынке.

В ФОКУСЕ

Показать Россию детям

Более 23 тысяч российских школьников совершат туристические поездки до конца 2014 года по программе Минкультуры России

Об этом заявил министр культуры Владимир Мединский на заседании Координационного совета по развитию детского туризма в РФ. В прошлом году по поручению президента РФ министерство организовало поездки в Санкт-Петербург на несколько дней для 18 тысяч детей из 31 региона страны. Школьники посетили Мариинский театр, Петергоф, Эрмитаж и Пискаревское кладбище.

«В этом году мы добавили пять новых маршрутов для школьников — «Москва — Золотое кольцо», «Ясная Поляна детям», «Петергоф детям», «Сокровища древней Казани» и «Культура Крыма детям». Принцип организации предельно прост: проезд учащихся оплачивается за счет региональных бюджетов или внебюджетных источников, а Минкультуры берет на себя организацию пребывания детей на месте и профессиональные экскурсии. Кроме того, к 70-летию Победы Минкультуры РФ разработало туристские маршруты по местам боевой славы, по которым в следующем году пройдут не менее 150 тысяч школьников», — рассказал Владимир Мединский.



ХРОНИКА

Стратегия успеха

В конце ноября в Карелии в рамках Общероссийской недели туризма состоялся форум «Роль туризма в устойчивом развитии Русского Севера».

Форум был посвящен раскрытию туристского потенциала северных территорий России, созданию механизмов взаимодействия государства и бизнеса в целях устойчивого развития Русского Севера. В его работе приняла участие заместитель министра культуры Алла Манилова. «У Карелии есть то, без чего в XXI веке невозможен «взрыв» в туризме. Здесь есть бренды, исторические параллели, культурное материальное и нематериальное наследие, которое для сегодняшнего российского и зарубежного туриста является самым притягательным. Эксклюзивность, самобытность, уникальность — вот на чем основывается успех в туризме», — заявила она. В рамках «Недели туризма» состоялась дискуссия об этнотуризме, конференция «Значение событийного туризма в развитии туристских дестинаций Русского Севера» в городе Олонце, прошли «Олонецкие игры Дедов Морозов».

ПРОЕКТ

Столица Нового года

Официальный статус «Новогодняя столица России — 2015» получила Владимирская область

В связи с этим празднование в регионе пройдет с особым размахом. Рождественские ярмарки будут организованы не только во Владимире, но и в районных центрах области: Суздале, Коврове, Муроме, Юрьеве-Польском и Гусь-Хрустальном. Мероприятия, приуроченные к празднованию Нового года, начнутся 19 декабря. Во второй половине декабря во Владимире

состоится фестиваль семейных и детских фильмов «Владимирская вишня». На 31 декабря в городе запланировано множество концертов и поздравления от Деда Мороза. Новогоднюю столицу в России выбирают с 2012 года. Впервые такой статус получила Казань. В зимние каникулы 2012–2013 годов здесь прошло множество развлекательных мероприятий. Следующей ново-



годней столицей России была Вологда. Там праздничные мероприятия посетили 133 тысячи человек.



КОНТАКТЫ:

Департамент туризма и региональной политики Минкультуры России
Москва, Малый Гнездииковский пер., д. 7/6, стр. 1, 2.

Телефон приемной: 8-495-629-89-56
<http://www.mkrf.ru/>

Встретимся на МИТТ

Отели и владельцы бизнес-площадок, участники раздела «Индустрия встреч/MICE» на МИТТ-2015, готовы к мероприятиям любой сложности

На крупнейшей в России туристической выставке МИТТ-2015 рекордное количество участников представит возможности для размещения бизнес-групп, проведения деловых и корпоративных мероприятий. У посетителей-заказчиков будет как никогда широкий выбор качественных предложений в разных регионах страны. Целый пул вновь построенных к прошедшей зимней Олимпиаде сочинских объектов выходит на рынок, создавая конкуренцию московским бизнес-отелям.

Участники выставки представят полный спектр возможностей для проведения любого делового и корпоративного мероприятия на своей территории: все для эффективной работы и комфортного отдыха, в зависимости от характера мероприятия и пожеланий клиента.

На МИТТ-2014 раздел «Индустрия встреч/MICE» посетили свыше 8,5 тысячи представителей туристической и корпоративных покупателей, а также агентств по деловому туризму из 77 регионов России. На выставке работает система назначения встреч.



Быстрее, выше, умнее

Обучающий проект «Италия. Онлайн-академия», стартовавший в начале ноября, продолжает работу по подготовке дипломированных специалистов по Италии

Менее чем за месяц его участниками стали более 170 турагентов, 26 из которых уже успешно прошли обучение. География участников проекта простирается от Москвы до Ханты-Мансийска, среди выпускников есть агенты из стран СНГ. Число зарегистрированных пользователей ежедневно растет, что говорит о высоком интересе к стране и стремлении сотрудников турфирм углублять свои знания об Италии.

Мотивирует участников и возможность побороться за главный приз — поездку в Италию, предоставленную Национальным агентством по туризму страны. Тур будет разыгран на стенде ENIT на выставке МИТТ-2015.

Чтобы стать выпускником академии и получить шанс выиграть путешествие, необходимо успешно пройти все тесты, расположенные в конце тематических разделов.

В академии представлены 10 разделов: «Почему Италия?», «Города и области», «Отдых на море», «Отдых на озерах», «Горнолыжные курорты», «Эногастрономический туризм», «Термальные курорты и оздоровительный отдых», «Шопинг», «Выставка ЕХРО-2015», «MICE и событийный туризм».

Раздел «Города и области» включает три курса: «Северная Италия», «Центральная Италия», «Южная Италия».

Все турагенты, успешно окончившие обучение, получают сертификат «Дипломированный турагент по Италии».

Зарегистрироваться и начать обучение
в онлайн-академии Италии можно по адресу:
www.italy-learning.ru

ПРИГЛАШЕНИЕ
Moscow International M.I.C.E. Forum
Московская Международная Выставка Делового и Инcentив Туризма
16 марта 2015
Выставочный комплекс «Т-Модуль», г. Москва, Тишинская площадь, д. 1, ТВК «Тишинка»

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

International M.I.C.E. Forum
MOSCOW

Телефон организатора:
+7 495 777-25-77

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

Бизнес в штормовую погоду

Туристический рынок дошел до состояния «девятого вала». Как следствие, штормит и рынок гостиничных услуг. Что на горизонте?

АЛЕКСЕЙ МУСАКИН, член правления российской компании Cronwell Hotels&Resorts, заглянул в будущее.

БЕСЕДОВАЛ
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН



»»» В России — всего около сотни гостиничных экспортеров, из которых только двадцать полностью соответствуют квалификационным требованиям. Чтобы к 2020 году провести классификацию всех российских гостиниц, потребуется, чтобы эксперты работали без выходных.

Нынешнюю ситуацию на рынке туризма можно назвать беспрецедентной?

И раньше не так уж много было благоприятных моментов для развития туризма и гостиничного бизнеса в России. Нынешнее время тоже замечательным не назовешь — сократился поток туристов из США, Германии и Франции. Это обусловлено снижением экономической привлекательности России, ведь порядка 60% зарубежных гостей Санкт-Петербурга — деловые туристы. На мой взгляд, число людей, приезжающих на отдых, снизилось незначительно. Как только восстановится деловая активность, быстро увеличится число деловых поездок.

В гостиничном бизнесе падение составило около 10%. Однако отельеров больше беспокоит не уменьшение числа клиентов, а снижение рентабельности, которая упала более чем на 10%. Это произошло из-за увеличения затрат. В следующем году рентабельность выйдет на минимальный уровень, и гостиницам будет непросто выжить.

Особенно сложно придется мини-отелям, у которых рентабельность и раньше была довольно низкая. Основной бум открытий в этом сегменте рынка пришелся на 2003 год. Это значит, что большинству подобных объектов размещения сегодня требуется ремонт, а денег на него может не хватить. Уже сейчас появилось большое количество предложений о продаже мини-отелей.

Как выживать операторам в условиях кризиса?

Нужно искать новые рынки. Сейчас все говорят о восточных рынках, но на этом направлении резкого роста ожидать не приходится. Последние годы китайские и корейские туристы достаточно активно посещают Москву и Санкт-Петербург, поэтому существенного увеличения их



числа не будет. Чтобы привлечь больше азиатских деловых туристов, нужно создать более комфортные условия для работы. Если говорить о России в целом, то активность китайских деловых партнеров сейчас и так довольно высока.

Какие проблемы создает отельерам несовершенство законодательства?

Прежде всего, проблемы связаны с миграционным учетом. Для гостиниц эта процедура достаточно сложная. Непонятно, зачем она вообще нужна, если существует регистрация при пересечении границы? Вторая проблема состоит в том, что у нас гостиницы не отличаются от любой другой коммерческой недвижимости. Здание или земля под строительство приобретается по рыночной аукционной цене. При этом доходность гостиничного бизнеса в разы меньше доходности других видов бизнеса, связанных с недвижимым фондом. Неоднократно поднимался вопрос о целевом выделении участков и зданий под гостиницы, но до его практической реализации дело так и не дошло.

Как борются за выживание мини-отели?

Мини-отели, размещенные в жилом фонде, изначально оказались вне правового поля, ведь, согласно российским законам, гостиничные услуги могут предоставляться только в нежилом фонде. Привести ситуацию в соответствие с законом невозможно, поскольку мини-отели занимают не отдельное здание, а подъезд, этаж или бывшую расселенную коммунальную квартиру в обычном жилом здании. Перевести такой дом целиком в нежилой фонд в принципе нельзя.

Можно оценить масштаб проблемы, если учесть, что только в Санкт-Петербурге действует более 700 мини-отелей. За десять лет закрылось более 100 малых гостиниц.

Как ситуация с хостелами? Соответствует их уровень международным стандартам?

О соответствии стандартам говорить сложно, поскольку в разных странах они имеют свою специфику. Сейчас набирают популярность модульные отели, которые можно отнести к категории хостелов, но они, как и малые отели, не попадают в рамки отечественного законодательства. Номер в таком отеле напоминает купе в железнодорожном вагоне, но без окна, а это недопустимо по существующим санитарным нормам. А жаль, поскольку такие гостиницы позволяют существенно снизить стоимость койко-места.

Ниша отелей высокого уровня уже заполнена или требуются новые гостиницы подобного класса?

Пик роста числа таких отелей в Санкт-Петербурге пришелся на 2000 и 2010 годы. Их количество будет увеличиваться, поскольку при появлении свободного помещения, например, напротив Адмиралтейства или возле Эрмитажа, высока вероятность того, что здесь откроют пятизвездную гостиницу. Например, планировалось открытие отеля Jumeirah в самом центре города. Правда, сейчас вопрос «подвис» в связи со строительными ограничениями со стороны законодательства.

Исаакиевскую площадь называют также «площадью пятизвездных отелей», поскольку на ней находится сразу несколько гостиниц высокого уровня. При этом они ориентируются на разную клиентуру — от консервативной публики до активной «золотой» молодежи. Сейчас отели высокой ценовой категории стремятся к специализации, и эта тенденция будет сохраняться, а значит, будут появляться новые гостиницы.

Как идет процесс классификации отелей?

В западных странах этим занимаются общественные гостиничные ассоциации, где работают профессионалы, несущие ответственность за свои экспертные оценки. Они способны грамотно оценить гостиницу. У нас право проводить классификацию передано в регионы, и организации, которые этим занимаются, напрямую зависят от региональной власти.

Представьте себе некую гостиницу в центре города N, построенную в 1970-х годах. Ее не ремонтировали более 15 лет. По площади номеров она подходит под категорию «три звезды», но по сервису и инфраструктуре не тянет даже на две. Однако я уверен, что любой губернатор захочет иметь гостиницу с большим количеством звезд.

Предположим, местная власть все-таки захочет получить объективную оценку. Но в России — всего около сотни экспертов, из которых только двадцать полностью соответствуют требованиям. Чтобы к

2020 году провести классификацию всех российских гостиниц, потребуется, чтобы эксперты работали без выходных.

Это приведет к формализации и дискредитации системы классификации. Каков результат? Иностраный клиент, остановившийся в вышеуказанной гостинице категории «три звезды» в городе N, поймет, что в России нельзя жить в отеле ниже «четырёх звезд». И мы потеряем огромный рынок бюджетных клиентов. Поэтому в целом я за классификацию и, например, почти все отели нашей сети имеют звезды в Национальной системе классификации, но я против того способа, который предлагается для ее реализации.

Есть сложности в подготовке персонала?

Ситуация улучшилась только с персоналом среднего и высшего звеньев. Это стало возможным благодаря международным гостиничным сетям, которые открывают в России отели и серьезно относятся к вопросу подготовки кадров. Сети не только обучают их, но и дают возможность поработать в нескольких гостиницах за рубежом. Поэтому сейчас стало немного проще найти квалифицированного старшего администратора или начальника департамента, чем 2–3 года назад.

Есть проблемы в отечественной системе образования. Сейчас почти в каждом вузе имеется факультет туризма или гостиничного хозяйства, но довольно часто там преподают люди, которые никогда не работали в гостиничном бизнесе. Доходит до смешного. Много лет подряд я задаю студентам и преподавателям элементарные вопросы, связанные с гостиничным делом. Правильные ответы дают менее 1%. Никто, например, не знает, что такое рекреит. Представьте, что студенты математического факультета не знали бы, что такое интеграл.

Другая проблема состоит в том, что основная масса выпускников приходит в гостиницы из высших учебных заведений, рассчитывая возглавить какой-нибудь департамент, а попадают в лучшем случае за стойку регистрации. Я не представляю, чему можно учить в течение четырех лет гостиничных менеджеров. Три четверти учебных программ посвящены общим наукам, не имеющим отношения к реальному гостиничному делу. При этом выпускники вузов не хотят стоять за стойкой, а желают быть как минимум начальниками отдела. Однако они не имеют для этого никаких знаний и навыков.

У меня был случай, когда на работу пришла устраиваться выпускница, имеющая красный диплом менеджера по международному туризму. При этом она не владела английским языком! Приходится готовить персонал самим. Простого администратора можно обучить за три недели, а старшего — за полгода.



>>> Отелиеров беспокоит не уменьшение числа клиентов, а снижение рентабельности, которая упала более чем на 10%. Это произошло из-за увеличения затрат. В следующем году рентабельность выйдет на минимальный уровень, и гостиницам будет непросто выжить.



Весенние перевертыши

К марту число туроператоров может сократиться на треть

Количество путешествующих россиян сегодня оценивается примерно в 18 миллионов человек. А туроператорских компаний, предлагающих им свои услуги, — почти 3800, причем на выездной туризм работает около 1600 турфирм. Предложение заметно опережает спрос.

«Рынок сейчас самосанируется, процесс это чрезвычайно болезненный, но в конце концов он пойдет на пользу отрасли, — считает исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе. — Туркомпании поймут, что конкурировать надо в области повышения качества и разнообразия своих услуг, а не на поле демпинга. Большинство туроператоров уже осознало необходимость изменений».

Не все последствия этих изменений, возможно, понравятся потребителям туруслуг: меньше будет «горящих» туров, в основе которых, как правило, лежат демпинг, желание компании любыми средствами получить срочно хоть какие-то деньги, что, кстати, свидетельствует о ее неустойчивости. Многие операторы, оптимизируя свой бизнес, уже сейчас сократили полетные программы на 30–55%. Сделали они это, как правило, за счет регионов. Иными словами, мы возвращаемся к практике 1990-х годов, когда большинство россиян вынуждено было летать за границу через Москву. Это, безусловно, приведет к удорожанию туров для конечного потребителя. Но в целом происходящие сейчас процессы должны способствовать оздоровлению туристического рынка.

А рынок в этом остро нуждается. Если еще в 2008 году рентабельность туроператорского бизнеса составляла 5%, что тоже немного, то сегодня она вообще опустилась на уровень в 2%. Главная проблема заключается в том, что нынешний кризис в отрасли совпал со сложной экономической ситуацией в стране в целом, приведшей к падению покупательского спроса населения. Только этот фактор «уронил» рынок на 10–15%. Еще весной 1000 евро равнялись 40 тысячам рублей, а сегодня это уже почти 70 тысяч рублей, и загранпутевка, соответственно, стала по карману далеко не каждой российской семье.

Почти недоступны такие, еще недавно популярные направления, как Куба, Доминиканская Республика, Мексика — резко подорожал перелет. В Европе особенно просела и прежде недешевая Португалия, а также страны Северной Европы, исключая разве что Финляндию, которая как раз не сдала позиций. Швейцария и Франция демонстрируют падение спроса почти на 60%.

Правда, есть надежда, что, снизив цены к зимнему горнолыжному сезону, они отчасти выправят положение. В целом же российский выездной турпоток уменьшился на 35–40%. Исключениями стали лишь Египет и Таиланд, причем во втором случае речь идет о путешествиях из-за Уральского хребта.

«Все это, однако, пошло на пользу внутреннему туризму, — считает Майя Ломидзе. — Цены в этом сегменте — вполне доступные. Скажем, поездка на 3–4 дня ноябрьских праздников по Золотому кольцу обойдется в 10–12 тысяч рублей на каждого члена семьи. Присматриваются к отечественным местам отдыха и представители госслужб (причем не только силовых), у которых есть ожидания ограничений в их выезде за рубеж».

АТОР постоянно отслеживает ситуацию на рынке. Сегодня, по оценке специалистов ассоциации, глубина продаж резко сократилась, особенно в регионах страны. На ноябрьские праздники в абсолютных лидерах был Египет, неплохо продавались экскурсионные туры по Чехии и Италии. Проявляют заинтересованность в расширении присутствия на российском рынке Объединенные Арабские Эмираты: пока они примерно на 5–6-й позициях. А вот бронирование новогодних и рождественских туров по состоянию на середину ноября было минимальным.

Есть и позитивные тренды. Туроператоры стали больше заботиться о своей репутации, применяя инструменты, гарантирующие надежность их услуг. Многие предлагают страховку от невыезда, цена которой — около 7% от стоимости турпакета. Некоторые фирмы вводят банковские депозиты, например, под 2,65%. В этом случае возврат денег за неоказанную часть услуг клиенту гарантирует банк.

Ряд туристических компаний уже переориентировался на внутренний рынок, формируя собственные российские продукты. Такие туроператоры, как считает Майя Ломидзе, как и те, что занимаются въездным туризмом и приносят реальные деньги в бюджет, нуждаются в государственной поддержке, в том числе по кредитам. Ведь каждая условная копейка, вложенная в туризм, дает эффект в три копейки.

>>> Если еще в 2008 году рентабельность туроператорского бизнеса в России составляла 5%, то сегодня она опустилась на уровень в 2%.

БАНКРОТСТВА РОССИЙСКИХ ТУРФИРМ

2010

Miracle Travel
«Август»
«Анжелика»
«СКМ-Тревел»
«Капитал Тур»

Пострадало 10000 чел.

2011

«Сизонс»
«Лужники Тревел»
«Скай Тур»
«Альфа Вояж»
«Магазин хороших путевок»
«Аврора Интур»

Пострадало 4000 чел.

2012

CTS Travel
«Ланта-тур вояж»

Пострадало 8500 чел.

2013

«Роскурорт»
«Восточный экспресс»
«Синяя птица»
«Раена»

Пострадало 2500 чел.

2014

«Нева»
«Роза ветров Мир»
«Экспо-Тур»
«Идеал Тур»
«Лабиринт»
«ИнтаЭр»
«Авиачартер»
«Сургуткурорт»
«Нордик стар»
«Ветер странствий»
«Атлас»
«Милана тур»
«Солвекс-Турне»
«Южный Крест Тревел»
«Верса»
«Акрис»
«Иstanbul Тревел»
«ВИП Райзен»
«Мосинтур»

Пострадало 15000 чел.

Российский туризм в 2014 году

10,7 млн зарубежных туристов посетили Россию в первом полугодии 2014 года, согласно данным Ростуризма, полученным при использовании новой методики подсчета турпотоков. По данным же традиционной методики подсчета, за 9 месяцев 2014 года зарубежный въездной турпоток сократился на 3% и составил 2,2 млн человек.

20,1 млн россиян отправились за границу с туристическими целями в первом полугодии 2014 года, согласно данным Ростуризма, полученным при использовании новой методики подсчета турпотоков. По данным же традиционной методики подсчета, за 9 месяцев 2014 года за границу с целью туризма выехали 14,6 млн россиян.

На 35–40% сократился объем выездного туризма из России в 2014 году, по оценкам специалистов туроператорских компаний. По статистике Ростуризма, за период с января по сентябрь выезд россиян за рубеж сократился на 14%, но падение в туристическом секторе составило всего 2%.

Увеличить ежегодный туристический поток в России до 45 млн туристов планируют в ближайшее время власти страны в рамках реализации федеральной целевой программы развития отрасли. Четыре года этот показатель составлял 25 млн человек, а в настоящее время, по оценкам чиновников, он увеличился до 32 млн человек.

Летом 2014 года средняя стоимость недельной путевки в Турцию составляла уже около **650 долларов США**. Это примерно равно заработку среднестатистического россиянина за три недели.

300–400 долларов США – такова была в середине 1990-х годов средняя стоимость недельного отдыха в Турции для российских туристов, что в среднем составляло 3–4 месячные зарплаты наших соотечественников



ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ ИЗ РОССИИ

1993 год – 1,5 млн человек

2013 год – 18,3 млн человек

За 20 лет объем выездного турпотока из нашей страны вырос в 12 раз.

Летом 2014 года многие россияне предпочли заграничным поездкам отдых на российских курортах. Лидерами спроса стали Симферополь, Адлер и Сочи, Кавминводы



ТОП-5

ВЪЕЗД В РОССИЮ С ЦЕЛЮ ТУРИЗМА

- 1 Китай
- 2 Германия
- 3 Великобритания
- 4 США
- 5 Турция

Источник: Росстат, данные за 9 месяцев 2014 года



ТОП-5

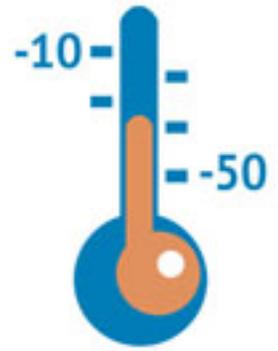
ВЫЕЗД ЗА ГРАНИЦУ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

- 1 Турция
- 2 Египет
- 3 Греция
- 4 Испания
- 5 Таиланд

Источник: Росстат, данные за 9 месяцев 2014 года



Как агентский рынок переживет суровую зиму



Руководители крупных агентских сетей и представители независимых агентств обсуждают, как кризис изменит рынок туристической розницы

В декабре 2014 года количество независимых турагентств в России сократится примерно на 10%. Мне каждый день поступают звонки с предложениями купить то или иное турагентство. Однако говорить о глобальном кризисе турагентского рынка, на мой взгляд, преждевременно.

РАШАД МАМЕДОВ

Владелец сетей турагентств TBS Group, «1001 Тур» и «Мастер отдыха»



Количество агентств и других участников рынка уменьшится — в этом у меня сомнений нет.

Насколько? Спрогнозировать сложно, так как на данный момент неясно, как быстро восстановится

спрос, когда стабилизируется курс валют, будут ли новые банкротства туроператоров. Судя по настроениям в туристической среде, рынок покинет более 10% агентств. В первую очередь начнут уходить непрофессионалы, новички, не успевшие наработать достаточный объем лояльных клиентов, возможно, и агентства, владельцы которых занимаются другим бизнесом. Сильные, устойчивые турагентства чувствуют себя сейчас достаточно уверенно и с оптимизмом ждут перемен. В будущем на рынке продолжают работать как сетевые, так и независимые агентства. **Сетевым агентствам, на мой взгляд, переживать период нестабильности проще.** У них есть определенные предпочтения в работе с операторами, поддержка управляющей компании и оптимизация рабочих процессов, что делает их доходность выше. Да и потребитель, на мой взгляд, стал больше доверять брендам.

СЕРГЕЙ КУЛЬКО

Руководитель сети туристических бюро «Спутник»

Зимний сезон будет одним из самых тяжелых как для туроператорского, так и для агентского рынка. Спрос сильно сократился из-за нестабильной ситуации в стране, фактического уменьшения доходов россиян в валюте. Результаты мы видим уже сегодня — **предложения туроператоров по многим направлениям, где заявлена чартерная перевозка, уже сейчас превышают спрос.** Это особенно заметно на таких направлениях, как Вьетнам, Таиланд, Мексика, Индонезия, Индия. Так что ждем дальнейшего сокращения чартерных программ по зимним направлениям. Думаю, что по итогам сезона выживут сильнейшие, то есть те, у кого есть солидная база постоянных клиентов, кто способен адаптироваться к окружающей ситуации, кто грамотно ведет финансовую политику.

СОФЬЯ РИСОВА

Генеральный директор турагентства «Флейм Трэвел»

Активность наших туристов не падает, а даже растет. Мы заметили рост продаж по Европе. На фоне краха большего числа операторских компаний в Санкт-Петербурге увеличилось число обращений к нам от клиентов из Северной столицы. Наши **клиенты говорят о том, что готовы тратить последние деньги на впечатления и отдых, а делать банковские накопления сейчас бессмысленно.** Какие агентства этой зимой будут находиться в зоне риска? Все зависит от грамотного менеджмента, а не от того, является ли агентство сетевым или независимым. Если сетевые агентства подошли к кризису с не очень устойчивой финансовой историей, то удержаться на плаву им будет куда сложнее, чем независимым мелким агентствам.

ВЛАДИМИР КУЛЕШОВ

Генеральный директор компании «ХотТурист»

Зима для агентского рынка предстоит тяжелая. На фоне снижения потока туристов и повышенного внимания клиентов к дешевым турам, доходы агентств значительно снизятся. Немного порадуют горнолыжные туры, так как горнолыжники — люди увлеченные, они поедут на отдых в любом случае. Но все равно туристы будут брать более дешевые туры с проживанием в апартаментах. Следовательно, **доходы агентов упадут, и не все доживут до весны.** По моим прогнозам, **агентский рынок этой зимой сократится минимум на 50%.** В первую очередь его будут покидать агентства, расположенные в городах с населением не более 200 тысяч человек и имеющие градообразующие предприятия. Или же агентства в таких городах начнут объединяться, но это маловероятно из-за человеческого фактора. Велика вероятность ухода с рынка агентств, у которых нет постоянных корпоративных клиентов. Я думаю, что будущее за независимыми агентствами, так как в настоящих условиях рынка нужна мобильность и оперативность. К сожалению, сетевые агентства не всегда могут оперативно реагировать на запросы клиента и находятся в узких рамках работы с конкретными туроператорами, с которыми заключены договоры на определенных условиях.

АЛЕКСАНДР СКРЫПНИК

Генеральный директор компании «Салют Европа»



Гражданская авиация России

ПАССАЖИРООБОРОТ ПРЕДПРИЯТИЙ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ РФ СОСТАВИЛ

В январе – октябре 2013 года **191 564 млн пкм**
 В январе – октябре 2014 года **207 322 млн пкм**



РОССИЙСКИЕ АВИАКОМПАНИИ ПЕРЕВЕЗЛИ

За 10 месяцев 2013 года **72,386 млн пассажиров**
 За 10 месяцев 2014 года **80,488 млн пассажиров**



В ЯНВАРЕ – СЕНТЯБРЕ 2014 ГОДА ПАССАЖИРСКИЕ АВИАПЕРЕВОЗКИ

Между Россией и странами дальнего зарубежья увеличились на
 Между Россией и странами СНГ сократились на
 Внутренние перевозки увеличились на



ПРОЦЕНТ ЗАНЯТОСТИ ПАССАЖИРСКИХ КРЕСЕЛ

В январе – октябре 2013 года **80,4%**
 В январе – октябре 2014 года **80,9%**



НОВЫЙ МАГИСТРАЛЬНЫЙ

Правительство РФ одобрило государственную гарантию на кредит до 400 миллионов долларов США для НПК «Иркут» в рамках программы создания нового ближне- и среднемагистрального лайнера МС-21.



ПРИКЛЮЧЕНИЯ ИНОСТРАНЦЕВ В РОССИИ

В августе 2014 года решением правительства РФ установлена максимальная численность иностранных граждан, которые могут быть приняты на работу для замещения должности командира гражданского воздушного судна. Это 200 человек в год.
 В сентябре 2014 года правительство России внесло в Госдуму законопроект, запрещающий иностранным гражданам работать авиадиспетчерами в России из-за их доступа к государственной тайне.



ТОЧКА НЕВОЗВРАТА

В апреле 2014 года в России официально появились так называемые «невозвратные» билеты. В Воздушном кодексе страны появилась следующая статья: «...если пассажиром заключен договор воздушной перевозки пассажира, предусматривающий условие о невозврате провозной платы при расторжении договора воздушной перевозки пассажира, пассажиру не возвращается уплаченная за воздушную перевозку провозная плата, за исключением неиспользованных сумм, взимаемых перевозчиком в пользу иных организаций...»



Первые победы

За первую неделю с момента открытия продаж авиабилетов нового российского лоукостера «Победа» услуги перевозчика забронировали более 20 тысяч человек

Первая бюджетная авиакомпания «Аэрофлота» «Добролет» прекратила полеты в августе 2014 года из-за санкций Евросоюза, наложенных на нее за полеты в Крым. 16 сентября «Аэрофлот» зарегистрировал новое дочернее предприятие — ООО «Бюджетный перевозчик». С 1 декабря перевозчик начинает полеты под брендом «Победа» из аэропорта Внуково. Первый рейс из Москвы отправится в Волгоград. Лоукостер также будет летать в Самару, Екатеринбург, Пермь, Тюмень и Белгород. Минимальный тариф без учета сборов составляет 999 рублей. Это примерно в три раза дешевле, чем тарифы конкурентов — классических авиакомпаний, обслуживающих аналогичные маршруты.

Продажи «Победы» стартовали 11 ноября. За первые 12 часов было продано 7 тысяч авиабилетов по шести направлениям. Самыми востребованными стали рейсы в Екатеринбург, Тюмень, Пермь и Волгоград. Всего за первую неделю продаж «Победа» реализовала около 20 тысяч билетов.

К 2018 году лоукостер планирует перевозить 10 миллионов человек в год. Флот «Победы» будет включать до 40 воздушных судов Boeing 737-800 NG. Маршрутная сеть охватит более 45 внутрироссийских и международных направлений.



ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

Старт продаж авиабилетов на рейсы «Победы» совпал с экономически сложной ситуацией в России, когда люди более чем охотно экономят на любых вещах, тем более на перелетах. Появление лоукостера привело к снижению тарифов авиакомпаний в среднем на 30%. Через неделю после старта продаж авиабилетов «Победы» мы видим, что за исключением Волгограда, по всем остальным направлениям полетов лоукостера у его конкурентов и материнской компании «Аэрофлот» произошло существенное снижение минимальных тарифов. В некоторых случаях это снижение достигает 40%.

КИРИЛЛ ФАМИНСКИЙ
Генеральный директор агентства по продаже авиабилетов Pososhok

Любой новый лоукостер — это хорошо, но если бы «Победа» перед тем, как формировать маршруты и запускать рейсы, договорилась с туроператорами, это было бы выгоднее обеим сторонам. Тот же Волгоград — интереснейшее туристическое направление, и туроператоры могли бы на базе рейсов «Победы» разработать и предложить рынку разнообразные туристические программы. К сожалению, такого взаимодействия между авиационным и

туристическим рынками нет. А ведь главная задача российской лоукост-авиакомпания — это открывать новые регионы, новые рынки, но делать это нужно в кооперации с туристическим бизнесом.

СЕРГЕЙ ЗЕНКИН

Генеральный директор компании «Роза ветров»

Едва ли «Победа» сможет помочь развитию внутреннего туризма. Заявленные города, в которые будет летать новый перевозчик, с трудом можно отнести к категории потенциально крупных туристических центров. В частности, Тюмень более привлекательна для бизнеса, нежели для туристов. Даже нам, профессионалам туризма, неизвестны какие-то хорошо раскрученные маршруты в этих регионах. При этом в списке заявленных городов нового лоукостера мы с удивлением не обнаружили Сочи, Краснодар и Крыма. А это уже реально может повлиять на развитие внутреннего туризма в данных регионах, только с негативным эффектом.

ВЛАДИМИР КУЛЕШОВ

Генеральный директор компании Hotturist

Экономия на перелетах

По данным онлайн-сервиса Biletix, россияне начали экономить на международных перелетах

В прошлом году половина всех купленных авиабилетов на зарубежные авиамаршруты приходилась на ценовой сегмент от 10 до 20 тысяч рублей, сейчас их доля снизилась более чем на 10%. При этом билетов стоимостью до 10 тысяч рублей стало продаваться больше.

Средний чек на рейсы иностранных авиакомпаний в ноябре 2014 года вырос с 15 324 до 17 955 рублей. Средний же чек на авиабилеты по внутренним направлениям по сравнению с ноябрем прошлого года снизился на 8,5%: с 10 926 до 10 026 рублей.

Доля проданных авиабилетов за границу в ценовом сегменте до 10 тысяч рублей увеличилась с 44% до 51%, а доля авиабилетов в наиболее популярном в прошлом году ценовом сегменте от 10 до 20 тысяч рублей сократилось с 49% до 38,9%.

«Мы редко фиксируем столь резкие изменения. Как показывает статистика, объем бронирований в определенных ценовых сегментах изменился до 10%. Это свидетельствует о перемене предпочтений или возможностей туристов», — считает директор агентства Biletix Александр Сизинцев.

По внутренним направлениям изменения незначительны по сравнению с прошлым годом. Так, доля ценовой категории до 10 тысяч рублей увеличилась с 70,8% до 71,8%, доля категории от 10 до 20 тысяч рублей сократилась с 25,5% до 24,6%.

По словам Александра Сизинцева, в основе изменений лежат два фактора: стремление к экономии со стороны россиян и продление стимулирующих акций со стороны иностранных авиакомпаний, которые столкнулись с проблемой низкой загрузки рейсов и стремятся всеми способами улучшить операционные показатели.

Худой мир лучше доброй ссоры

Конфликт между TEZ Tour и «Аэрофлотом», продлившийся всего несколько дней, заставил волноваться всю туристическую общественность

Кратковременному отключению туроператора от системы бронирования билетов крупнейшего российского авиаперевозчика предшествовало заявление о долге TEZ Tour перед «Аэрофлотом» в размере 30 млн рублей. Руководство турфирмы это заявление категорически опровергло. В результате стороны договорились о более корректной формулировке — долгов нет, но есть текущая задолженность.

«Как нам объяснили в «Аэрофлоте», отключение от системы бронирования произошло автоматически из-за наличия текущей задолженности в объеме 30 млн рублей. Причем руководство авиакомпании признает, что речь идет не о долге, то есть просрочке по платежам, а о текущей задолженности, которая покрывается за счет финансового обеспечения и гарантий оплаты в полном объеме, — комментирует ситуацию генеральный директор TEZ Tour Владимир Каганер. — То есть никаких долгов, как мы заявляли и ранее, у нас перед компанией нет. Нам объяснили, что это отключение — технический момент, связанный с определенными процедурами внутри «Аэрофлота», и нас вынуждены были отключить до поступления средств».

В итоге туроператор был вновь подключен к системе бронирования, и на данный момент сотрудничество TEZ Tour и «Аэрофлота» продолжается в штатном режиме. Хотя переговоры об оптимизации зимних полетных программ по состоянию на конец ноября завершены не были.



TEZ Tour решил оптимизировать свою перевозку и отказался от части полетных программ, на которые рассчитывал «Аэрофлот». Но при этом туроператор не просто уменьшил блоки у «Аэрофлота», он решил перенести часть объемов перевозки на рейсы «Трансаэро». «Трансаэро», как всем известно, давний «друг» «Аэрофлота», поэтому национального перевозчика задело такое решение. И он решил «надавить» на туроператора.

В целом, чтобы разобраться в данной ситуации, надо читать договор между TEZ Tour и «Аэрофлотом». В договоре должно быть четко прописано, может ли «Аэрофлот» применить штрафные санкции, если TEZ Tour решит сократить объем перевозки, какого размера могут быть эти санкции и так далее. То, что в нынешней ситуации крупным туроператорам стоит оптимизироваться — очевидно, но мне непонятно, почему TEZ Tour принял решение пересечь на «Трансаэро», ведь можно было постараться договориться с «Аэрофлотом» на других условиях.

В любом случае, данный конфликт никак не скажется на репутации «Аэрофлота», чего не скажешь о TEZ Tour и других игроках российского туристического рынка. Когда в СМИ обсуждается очередной скандал вокруг туроператора, мол, тот что-то должен — это подрывает доверие клиентов к турбизнесу в целом.

ТАТЬЯНА ВАНД

Генеральный директор компании «Ванд Интернэшнл тур»

Я не в курсе всех деталей этого конфликта, но уверен, что у него есть большая подводная часть, а нам доступна лишь верхушка этого айсберга. Просто так подобные ситуации не возникают. Случившееся, безусловно, повлияет на взаимоотношения TEZ Tour и «Аэрофлота». Для рынка же это очередная встряска. Хорошо, что все благополучно закончилось. Сейчас рынку нужно спокойствие и только спокойствие.

При этом существует возможность повторения подобных конфликтов. Из-за низкого спроса крупные туроператоры вынуждены оптимизировать свою перевозку, причем оптимизировать значительно, и опять возникнет конфликт интересов между турбизнесом и авиакомпаниями, которые захотят сохранить свои объемы.

МАКСИМ ПРИСТАВКО

Заместитель генерального директора компании «Джет Тревел»

Прощание с «ЮТэйр»

Крупная туристическая компания Anex Tour, работающая на массовых направлениях Турции, Таиланда и Египта, объявила о том, что до конца года выведет 11 самолетов из состава парка авиакомпании «ЮТэйр» в дочернюю структуру — «Катэкавиа».

По свидетельству генерального директора «ЮТэйр» Андрея Мартиросова, необходимость выделения чартерного бизнеса объясняется репутационными рисками авиакомпании. Туристы не видят разницы между полетом на отдых и регулярными рейсами, поэтому наблюдательный совет «ЮТэйр» принял решение о выделении чартерного бизнеса в отдельную компанию.

«Катэкавиа» — дочернее предприятие «ЮТэйр» — получит девять лайнеров Boeing 757 в рамках плана по разделению всего бизнеса на дивизионы. «Для компании это важно, так как перевозчик не формирует лицо продукта, и «ЮТэйр» несет репутационные потери, так как чартерный проект прочно ассоциируется с ней, — отмечает Андрей Мартиросов. — Мы и дальше готовы управлять этими лайнерами, но все же бизнес надо разделить. Мы решили этот продукт выделить, и Anex Tour нас поддержал. Перевод самолетов в «Катэкавиа» будет завершён до конца 2014 года». В 2013 году услугами Anex Tour воспользовались 1,6 млн туристов. На самолетах «ЮТэйр» турфирма перевозила не только собственных пассажиров, но и продавала блоки мест другим туроператорам.

«Когалым» судится с TUI

Авиаперевозчик хочет взыскать с туроператора почти полтора миллиарда рублей

«Когалымавиа», работающая в настоящее время под брендом MetroJet, подала иск в Арбитражный суд Москвы к московскому ООО «ТТ-Трэвел» (TUI Russia) о взыскании 1,39 миллиарда рублей. Ранее Арбитражный суд Москвы зарегистрировал три иска ООО «ТТ-Трэвел» о взыскании с авиакомпании денежных средств — в общей сложности на 558 млн рублей. Сотрудничество перевозчика и туроператора началось в 2009 году, с мая 2012 года стали выполняться чартерные рейсы под брендом TUI по наиболее востребованным у россиян туристическим направлениям. В августе 2014 года

авиакомпания объявила о разрыве отношений с TUI, мотивировав это невозможностью прийти к соглашению по коммерческим условиям партнерства. В настоящее время MetroJet активно работает с туроператорами Brisco и Coral Travel. TUI Russia в свою очередь начал сотрудничать с «Оренбургскими авиалиниями».

«Существуют разногласия между туроператором TUI Russia и авиакомпанией «Когалымавиа», которые решаются в юридическом порядке. Судебное разбирательство по данным вопросам займет несколько месяцев.

В связи с этим TUI воздержится от комментариев относительно наших исков, поданных ранее или планируемых к подаче в будущем. Туроператор также не готов комментировать судебные иски «Когалымавиа» — как ранее поданный встречный иск (судом было отказано в принятии его к производству в рамках существующего судебного процесса), так и новый иск», — поясняют ситуацию в TUI Russia.

Комментарии представителей «Когалымавиа» несколько более развернуты: «В августе 2014 года компания TUI (ООО «ТТ-Трэвел») в одностороннем порядке досрочно расторгла соглашение, вследствие чего авиакомпания понесла существенные убытки. При этом ООО «ТТ-Трэвел» допустило существенное нарушение пунктов агентского соглашения, связанных со сроками оплаты запланированных рейсов. В результате рейсы были сорваны, и выполнение полетной программы в соответствии с заключенным приложением к агентскому соглашению стало невозможным. Авиакомпания неоднократно подтверждала свою готовность выполнить обязательства по авиаперевозке пассажиров в полном объеме при выполнении компанией TUI своих обязательств по оплате рейсов согласно датам вылета и фактическим счетам. В связи с досрочным расторжением договора «Когалымавиа» не дополучит запланированную выручку, необходимую для покрытия расходов по лизингу воздушных судов, страхованию и формированию обязательных резервов на их техобслуживание. В дополнение к этим убыткам авиакомпания не смогла выполнить тот гарантийный налет, который был оговорен в агентском соглашении с ООО «ТТ-Трэвел». Таким образом, перевозчик был вынужден обратиться с исковым заявлением в Арбитражный суд».

«Взлет разрешаю»

В середине осени Росавиация опубликовала решение о новых допусках к выполнению регулярных и чартерных международных рейсов. Расширилась сеть регулярной перевозки в Грузию, Армению, Китай, Израиль, Египет. Кроме того, новые допуски выданы на чартерные рейсы в Испанию.

В соответствии с документом, число перевозчиков в Тбилиси заметно увеличивается. Межведомственная комиссия дала допуски на выполнение полетов «Когалымавиа» (7 рейсов в неделю), Nordwind (5 рейсов в неделю), «Ред Вингс» (7 рейсов в неделю), «Якутии» (7 рейсов в неделю), «Ямалу» (7 рейсов в неделю). «Аэрофлот» получил разрешение на увеличение количества рейсов с 7 до 14 в неделю. Впрочем, пока билеты в Тбилиси появились только у «Аэрофлота».

Большое количество допусков получено на регулярные рейсы в Армению. Так, «Уральские авиалинии» планируют летать в Ереван из Краснодара и Ростова-на-Дону, «Таймыр» — из Краснодара, Сочи, Минеральных Вод, Ростова-на-Дону, «Саратовские авиалинии» — из Воронежа и Калининграда.

Два новых рейса «Оренбургских авиалиний» могут соединить Россию и Бельгию (это маршруты Омск — Льеж и Москва — Льеж), еще один — Россию и Германию (Казань — Мюнхен).

Авиакомпания «Икар» будет выполнять по одному регулярному рейсу в неделю в Шарм-эль-Шейх и Хургаду из Красноярска, Иркутска и Хабаровска. «Уральские авиалинии» получили допуск на рейсы в Шарм-эль-Шейх и Хургаду из Санкт-Петербурга, «Оренбургские авиалинии» — в Шарм-эль-Шейх и Хургаду из Москвы.

Авиакомпания «Ямал» планирует значительно расширить географию своих полетов в Израиль. Перевозчик хочет летать в Тель-Авив из Уфы, Санкт-Петербурга, Ростова-на-Дону, Екатеринбурга, Самары.

Допуски на зимние чартерные программы увеличены только для испанского направления. Авиакомпания «Икар» получила допуск на выполнение двух рейсов в неделю из Москвы в Барселону. По три рейса в неделю по этому же маршруту будут выполнять «Ройал Флайт» и Nordwind.

Кроме того, Nordwind будет трижды в неделю летать из Москвы в Лас-Пальмас, дважды в неделю — в Пальма-де-Мальорку и на Тенерифе. Еще один рейс в неделю из Москвы на Тенерифе будет выполнять «Икар», а авиакомпания «Россия» по два раза в неделю будет выполнять рейсы из Санкт-Петербурга в Малагу и Пальма-де-Мальорку.



ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

Армения — интересное и перспективное направление. Увеличение объема перевозки приведет к росту турпотока, который на сегодняшний день трудно назвать массовым. Пока добраться до Еревана можно только из Москвы. Расширение маршрутной сети положительно скажется на развитии направления, позволит жителям российских регионов познакомиться с широкими туристическими возможностями Армении. Что касается коммерческой целесообразности увеличения перевозки на этом маршруте, то авиакомпании принимают подобные решения исходя не только из оценок турпотока.

СЕРГЕЙ РОМАШКИН

Генеральный директор компании «Дельфин»

Позиции Египта в зимнем сезоне 2014–2015 достаточно устойчивые. Восстановление направления идет быстрыми темпами, динамика продаж положительная. Загрузка самолетов хорошая по всем регионам. Полетят ли все заявленные египетские рейсы, пока сказать сложно, но сомневаться в том, что регулярные рейсы, объем которых мы также расширили, будут востребованы, не приходится.

АННА ПОДГОРНАЯ

Генеральный директор компании «Пегас Туристик»

Заявленные борты в Грузию, вероятно, пока не полетят, поскольку на сегодняшний день объем турпотока в страну не столь велик. Однако перспективы у направления хорошие. Уже сейчас мы отмечаем достаточно высокий уровень продаж. Одна из главных проблем на сегодняшний день — высокая стоимость авиаперелета.

КОНСТАНТИН ПОГОСОВ

Руководитель направления Грузия компании «Астравел»

Игра на понижение

Европейская комиссия по туризму ЕТС представила новое экономическое исследование, связав замедление роста турпотока из России с украинским кризисом и ослаблением рубля

В начале этого года российскому рынку путешествий по Европе прогнозировали рост на 4 млн туристов в 2014–2016 годах, но в результате нынешних событий прогноз роста был снижен до 2,5 млн туристов. Ожидалось, что по итогам 2014 года российский турпоток вырастет на 10%, но прогноз был пересмотрен с понижением до 3%.

Турпоток из России активно рос в течение последних десятилетий, и Европа является главным бенефициаром этого роста. В 2013 году из России выехало за рубеж 18,1 млн отдыхающих, в результате чего наша страна стала третьим крупнейшим поставщиком туристов в Европу.

Однако политический кризис на Украине, ослабление экономики России, снижение курса рубля и санкции заставили российских туристов изменить свой выбор, — говорится в докладе ЕТС.

Наибольшее снижение турпотоков отмечается по таким странам, как Германия, Италия, Польша и Испания. Зато Кипр, Греция и Турция, напротив, демонстрируют рост числа прибытий туристов из России.

Оценивая перспективы развития событий, комиссия по путешествиям ЕТС прогнозирует три возможных сценария. До кризиса ожидался рост российского рынка выездного туризма на 4 млн прибытий в период с 2014 по 2016 год.

Сейчас ЕТС прогнозирует, если не произойдет никаких изменений, то за три года рынок вырастет, но всего лишь на 2,5 млн прибытий.

Если политическая ситуация ухудшится и санкции против России будут расширены, въездной туризм из России в Европу упадет на 5% в 2014 году. Это означает потерю около одного миллиона туристов по результатам текущего года, а затем — потерю еще 1,3 млн туристских прибытий в 2015 году.

Несмотря на ожидаемое восстановление рынка и прирост турпотока на 1,2 млн посетителей в 2016 году, кризис в целом будет стоить европейским направлениям более 2 млн посещений из РФ.

Если же внешнеполитические отношения перерастут в прямой конфликт, то в 2014 и 2015 годы Европа потеряет 2 млн туристов из России, а в 2016 году рынок сократится почти на 5 млн туристских прибытий по сравнению с 2013 годом.

»» Несмотря на ожидаемое восстановление рынка и прирост турпотока на 1,2 млн посетителей в 2016 году, кризис в целом будет стоить европейским направлениям более 2 млн посещений из РФ.



ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

Несмотря на то что 2014 год ознаменовался достаточно негативными для рынка явлениями, у нас есть основания смотреть в будущее с оптимизмом. Уже сейчас мы отмечаем постепенную стабилизацию рынка, восстанавливается глубина продаж. Поэтому мы положительно оцениваем перспективы развития выездного туризма из России в Европу. Важной мерой для стабилизации ситуации на рынке является антидемпинговый государственный контроль. Туроператорам необходимо конкурировать не за счет низких цен, а за счет качества предлагаемого продукта.

АНАТОЛИЙ ГАРКУШИН

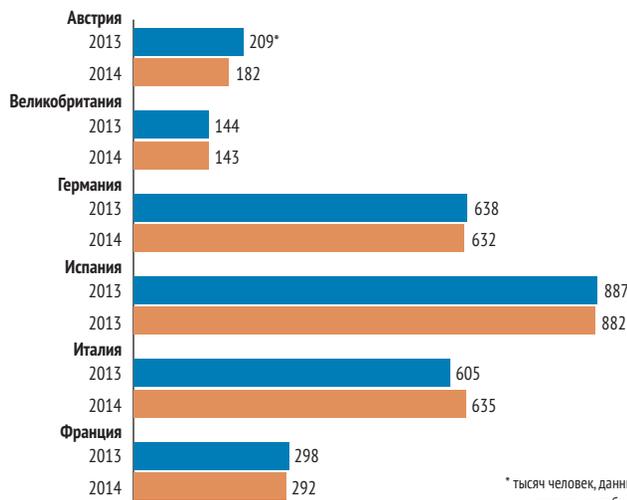
Генеральный директор компании «Пантеон»

Рынок переживает кризис недоверия со стороны потребителей турпродукта, летние продажи на европейских направлениях значительно просели. На сегодняшний день продажи начинают выравниваться, что позволяет нам надеяться на стабилизацию. Сейчас, в условиях общего сокращения рынка выездного туризма, более устойчиво чувствуют себя азиатские и латиноамериканские направления, нежели Европа.

ВЕРА КАЗАНЦЕВА

Компания «Открытие»

РОССИЙСКИЕ ТУРИСТЫ В ЕВРОПЕ



* тысяч человек, данные за период с января по сентябрь

По сходной цене

Туристический бизнес остается в России вполне ликвидным

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ГОЛУБЦОВ

«Если в прошлом году мы сопровождали 2–3 сделки в месяц, то в этом сезоне провели всего три операции, — сообщила специалист отдела регистрации ЮА «Персона Грата» Наталья Ямщикова. — На одном из осенних бизнес-курсов мы выяснили, что многие потенциальные покупатели турагентств предпочитают не спешить, посмотреть, как пройдет Новый год, и войти в бизнес они намерены ближе к лету, на второй волне активности в сфере приобретения турбизнеса». Совсем иная ситуация в сфере сделок с туроператорскими компаниями. Как ни парадоксально, по словам экспертов, здесь наблюдается чуть ли не покупательский бум. Причем повышенная активность связана не с растущей привлекательностью бизнеса, а с трудностями вхождения в туроперейтинг «с нуля», вызванными позицией страховых компаний.

Почти два месяца продолжались «хождения по мукам» владельцев холдинга «Евразия групп», которые решили расширить сферу деятельности своего предприятия за счет создания туристической компании. Заместитель гендиректора по туризму «Евразии

групп» Сергей Михайлов рассказал, что в результате все же удалось договориться с одним из страховщиков — после многочисленных проверок, в том числе службой безопасности страховщика. Выходит, заинтересованным лицам проще купить существующего туроператора, чем создавать новую компанию. По словам Натальи Ямщиковой, спросом пользуются фирмы, срок регистрации которых в едином госреестре заканчивается осенью 2015 года, — они имеют шансы на перезаключение договоров со своими постоянными страховщиками.

По мнению участников туроператорского рынка, интерес к ним «варягов» не связан с желанием зарабатывать на туризме. «Подозреваю, что турбизнес в нынешних реалиях интересует новых инвесторов только как инструмент для обкатки новых финансовых схем», — предполагает Тарас Кобищанов, генеральный директор компании «Русский Экспресс». Скорее всего, речь может идти о приобретении юридических лиц, с помощью которых удобно перечислять денежные средства за рубеж, ведь туроператоры расплачиваются с иностранными партнерами валютой.



СКОЛЬКО БУДЕТ В РУБЛЯХ?

>>> По данным сайта «Продай бизнес.ру», в настоящее время стоимость турагентств (офис, штат, оборудование, клиентская база) варьируется от 300 тысяч до 2 млн рублей. Заявленная прибыль предприятия — от 50 до 350 тысяч рублей в месяц. Туроператоры продаются приблизительно за 7 млн рублей. Цены не изменились по сравнению с докризисными.

Курсовая работа

Как выживают турфирмы в условиях волатильности рубля

«Сегодня продажи упали катастрофически, — рассказывает генеральный директор агентства «Евротур» Сергей Онищенко. — Причем трудно назвать какие-то особо просевшие направления — клиенты часто покупают уже не то, что хотят, а что есть из недорогих направлений на данный момент». Эксперт отмечает, что у многих директоров турфирм постоянно открыты интернет-ресурсы типа Quote-spy или Forex с автоматически обновляемой информацией о ситуации на валютных рынках. Особо поднаторевшим в

нюансах курсообразования удается более-менее успешно прогнозировать курс ЦБ на завтра и даже послезавтра и делать выводы. Если тенденция к падению рубля, избавляться от него надо молниеносно. Если рубль вдруг отыграл, избавляться тоже надо, но уже завтра. Если повезет, такими действиями можно даже чуть увеличить комиссию. Правда, туроператоры тоже не льком шиты и иногда меняют внутренние курсы в течение дня. «Появились «лишние» рубли (например, нет своевременного подтверждения заявки от туроператора),

избавляемся от них — конвертируем или тратим по другим назначениям. Благо продаж немного, и сделать это нетрудно. Но делать надо быстро», — добавляет Сергей Онищенко. Приемы поддержания хоть какого-то спроса в агентствах не новы — в основном это активная работа с клиентской базой. Если раньше при обзвоне постоянных клиентов использовались два аргумента — возможность недорого приобрести тур last minute или воспользоваться системой раннего бронирования, имея в виду дальнейшее падение рубля, — то теперь последнее утверждение только отпугивает туристов. «О раннем бронировании они и слышать не хотят, —

говорит заместитель директора турагентства «Альт Вояж» Валентина Григорьева. — Все напуганы крахами туроператоров». Туроператоры еще более зависимы от валютных пертурбаций, способов минимизировать потери и сохранить турпоток у них практически нет. разве что реагировать внутренним курсом или оптимизировать условия туров. В последнем вопросе участники рынка порой демонстрируют изобретательность. Так, генеральный директор «Евро-экспо.ру» Светлана Строганова рассказала, что у новогоднего путешествия в Вильнюс появился бюджетный вариант: самолетом до Минска и далее — три часа электричкой.

Развивать и развиваться

Когда она была совсем маленькой, мечтала быть санитаркой, которая выносит с поля боя раненых. А когда подросла, очень хотела стать художником-модельером... Жизнь распорядилась иначе, однако не зря говорят, что талантливый человек талантлив во всем: сейчас творческое начало позволяет ей быть успешной совсем в другой области знаний и быть известным человеком в российском туризме. Героиня рубрики «Профиль» – директор региональных проектов Группы компаний «Город мастеров» **ЮЛИЯ РЫБАКОВА.**



ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Почему не стала дизайнером, хотя очень хотела? Все банально: я очень много и хорошо рисовала, однако для поступления в профильный институт в Ленинграде было необходимо наличие художественного образования, которого на родине, в Тольятти, получить не смогла. И тогда отец, работавший на Волжском автомобильном заводе, сказал, что промышленная электроника — направление очень перспективное и как специальность вполне годится и для женщины. Поэтому вместо того, чтобы стать художником-модельером, сначала я поступила в ленинградский «Политех», а потом, переехав в Иваново, окончила местный энергоинститут.

Однако поработать по профессии, пусть и перспективной, но достаточно далекой от творчества, Юлия Рыбакова не смогла. Кем трудилась? Делопроизводителем. Секретарем. А позже — в таможне. Что и сыграло решающую роль в ее судьбе. Это было время, когда перекраивались границы и возникла потребность в большом числе специалистов таможенного дела. Тольяттинская таможня набирала персонал — так я и стала инспектором валютного контроля. Со временем доросла до декларанта, получив признание в качестве лучшего специалиста в городе. И знания в области внешнеэкономических связей мне весьма пригодились, когда одноклассник, работавший в городской администрации, пригласил в свою команду в качестве специалиста этого профиля.

Позднее выяснилось, что один из заместителей мэра города очень увлечен идеей развития туризма, и эта отрасль настолько понравилась Юлии Рыбаковой, что она с

большим удовольствием окунулась в деятельность. Представляете себе ситуацию? Промышленный Тольятти, сосредоточенный на производстве пользующихся большим спросом автомобилей. А мы думаем о том, чем можно занять его жителей, если вдруг производство свернут — тогда такое даже в голову никому не приходило... Работая над идеями программ по развитию туризма, я поняла, что мне не хватает знаний в этой области — и отправилась учиться в Москву. Могу откровенно сказать, что полученные знания во многом перевернули мои представления о работе. Получив двойной диплом и став управленцем в гуманитарной сфере, я вышла на другой уровень — по возвращении в Тольятти оказалось, что меня здесь не совсем понимают. А написанная мною программа развития культурного туризма — чересчур авангардна для этого города.

В тольяттинских «верхах» к тому времени произошла ротация, а программа хотя и была принята, но не финансировалась, Тогда Юлия Рыбакова по приглашению Сергея Кириенко разработала проект «Культурная столица Поволжья», целью которого стало объединение разрозненных регионов в единый округ. Потом были реализованы десятки проектов по развитию туризма в Центральной России и на Северо-Западе. В частности, я участвовала в создании ремесленно-сувенирной сети и творческого бизнес-инкубатора в Карелии. Разработала проект туристического зонирования Ярославова дворища в Великом Новгороде, концепцию развития творческих индустрий в Псковской области.

Не могу сказать, что всегда занимаю при реализации проектов принципиально жесткую позицию. Нужно быть гибким и учитывать реальные обстоятельства: иногда перспективный проект удастся реализовать всего на 5%, иногда — на 50% и больше. Территории ведь живут в разных условиях, и подчас где-то туризм отстает в своем развитии от Москвы или Санкт-Петербурга на 5–7 лет. Моя практика показывает, что если один

из десяти проектов по-настоящему «выстреливает» — это отличный результат для управленца сферы туризма.

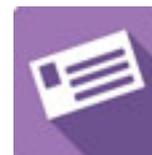
Последние два с половиной года я занималась проектом в Республике Коми и только сейчас могу сказать, что там появилась команда людей, способных его развивать. Дело это сложное и интересное как раз тем, что почти все нужно было начинать с нуля. Ведь основная задача состоит не в том, чтобы реализовать какую-то программу, а в том, чтобы создать институты, способные в дальнейшем работать и без моего участия. То есть «укоренить» проект настолько, чтобы он мог расти и развиваться совершенно самостоятельно.

Почему она, достаточно успешно работавшая в Санкт-Петербурге и полюбившая этот город, вообще поехала в Петрозаводск?

Ситуация, когда что-то надо начинать с нуля, имеет свои преимущества, — считает Юлия Рыбакова. Когда мне дали карт-бланш, обеспечив поддержку со стороны руководства республики, я не смогла отказаться. Ведь у меня, часто переезжавшей из региона в регион, был и негативный опыт. В частности, в Новгородской области. В этой связи для меня очень важно такое качество, как честность. В том числе и в партнерствах по бизнесу: если им что-то не нравится, они могут сказать мне об этом открыто — это вполне нормально.

Для меня принципиально важно понимать, на каких людей и какие ресурсы я могу опираться. Да и в личном плане мне больше импонируют люди, занятые творчеством. Способные что-то инициировать, создавать, нестандартно мыслить... Хотя близких друзей немного, а с возрастом их становится все меньше, я очень коммуникабельный человек и у меня много «дружеских» знакомых: это люди в самых разных регионах, с которыми когда-то работала. Перспективное проектирование как раз тем и хорошо, что позволяет мне собирать интересных и творческих людей в одном месте.

«<< Несколько лет подряд я много ездила по миру и поняла, что жить хочу только в России. Потому что мне интересно узнавать новое и стараться делать реальность лучше. Тогда я могу развивать и развиваться. Узнавая тот или иной регион, постепенно в него влюбляюсь. Так я полюбила Питер, так происходило с Республикой Коми >>>



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

**РЫБАКОВА
ЮЛИЯ ЛЬВОВНА**

МЕСТО РОЖДЕНИЯ
Тольятти

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА
Санкт-Петербург

ОБРАЗОВАНИЕ
Окончила Ивановский энергетический институт (специальность — «Промышленная электроника»). Прошла переподготовку в Академии народного хозяйства при правительстве РФ по программе «Менеджмент в сфере культуры», а также обучение по программе «Мастер наук в культурном менеджменте» в университете Роберта Гордона (Абердин, Великобритания).

ДОЛЖНОСТЬ
Директор региональных проектов Группы компаний «Город мастеров»

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ
английский

ЮЛИЯ РЫБАКОВА

Сделано в Югре

Традиции гостеприимства Югры, неповторимость обычаев и культуры местных народов, экзотическая национальная кухня – прекрасная основа для развития в регионе гастрономического туризма

Тематический сайт «Туризм в Югре» www.tourism.admhmao.ru



Изобилие рыбы и дичи, разнообразие их видового состава нашло отражение в особенностях кулинарии народов ханты и манси: кэврэмтэм кул — уха из окуней, сорым кул — сушеная рыба, строганина, кэврэмтэм ньяви — вареное мясо, колбаса из оленины.

Один из лучших рыбных деликатесов Югры — тугун — сибирская рыбка из семейства лососевых (сосьвинская сельдь). Эта мелкая серебристая рыбка с широкой спинкой и приятным пряным ароматом обитает только в бассейне реки Северная Сосьва. В хорошем килечном посоле, вполне созревшая, мясистая, нежная, со своеобразным тонким вкусом, она справедливо считается деликатесом.

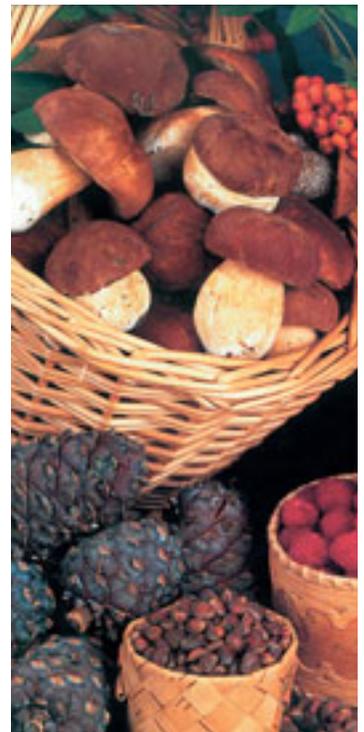
Кышикский чебак (сибирская плотва), рыба семейства карповых, обитает в Иртыше. Из всех пресноводных подвидов плотвы, чебак в водоеме занимает по численности одно из первых мест среди других видов. Ни одно изысканное блюдо

не сравнить с ароматной ухой из только что пойманного кышикского чебака, приготовленного здесь же, на костре.

Щука — настоящая королева Северной Сосьвы. Сюда приезжают заядлые рыболовы со всей России, чтобы поймать трофейную «красавицу». И многим это удается. Щука весом 3–4 кг по местным меркам считается мелковатой, достаточно часто встречаются экземпляры по 15–16 кг.

«Югра на вкус» — это туры с дегустациями, участием туристов в сборе ягод, грибов, охоте и рыбалке, а также в процессе приготовления национальных блюд. Программы знакомят путешественников с бытом и культурой народов обских угров и предусматривают проживание в национальных стойбищах в Нижневартовском, Ханты-Мансийском, Сургутском, Березовском, Октябрьском и Кондинском районах.

Добро пожаловать в Югру!



ХАНТЫ-МАНСКИЙСК

НОВОГОДНЯЯ
СТОЛИЦА

2015



«ХАНТЫ-МАНСКИЙСК – НОВОГОДНЯЯ СТОЛИЦА»

– ЗИМНИЙ ФЕСТИВАЛЬ, КОТОРЫЙ В ТЕЧЕНИЕ ВСЕХ НОВОГОДНИХ ДНЕЙ ДАРИТ ГОСТЯМ И ЖИТЕЛЯМ ЮГРЫ ЗИМНЮЮ СКАЗКУ, НЕЗАБЫВАЕМЫЙ ОТДЫХ И ЯРКИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ.

На несколько недель Ханты-Мансийск превращается в зимний курорт, королевство льда, снега, красочных огней и веселья. Работают новогодние площадки: Мумовая улица, снежный лабиринт, банный двор, базы отдыха, горнолыжные комплексы, открытые катки, резиденция югорского Деда Мороза и многое другое.

Узнать все о проекте «Ханты-Мансийск – новогодняя столица» можно на сайте проекта www.khantynewyear.ru, тематическом сайте «Туризм в Югре» www.tourism.admhmao.ru.

Добро пожаловать в Ханты-Мансийск!

Урал нашел точку опоры

Свердловская область развивает геологический и промышленный туризм

ТЕКСТ
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН



ЛУЧШИЕ МАРШРУТЫ УРАЛА

- * Самоцветными дорогами Урала
- * Народные промыслы Урала
- * Сплав по реке Чусовой
- * Мурзинская слобода
- * Экскурсионный тур «Урал — опорный край державы»
- * Уральская Голгофа
- * За золотом!
- * Екатеринбург — Невьянск
- * Религии мира на Урале
- * Урал промышленный

Российские регионы нацелены на использование своих уникальных природных и культурных ресурсов для формирования турпродуктов. Поскольку Урал является крупным центром промышленности и полезных ископаемых, данная тема находит отражение при создании туристских программ. Этому способствует наличие туристской инфраструктуры, которая активно развивается. «Ежегодно международный аэропорт Кольцово обслуживает 3,7 млн пассажиров, — рассказывает заместитель директора Центра развития туризма Свердловской области Надежда Шестакова (на фото). — В регионе действует 329 гостиниц, номерной фонд которых составляет 8573 места. Почти 45% из них находятся в Екатеринбурге. Около 15% имеют категорию. Область лидирует по темпам добровольной сертификации гостиниц. Имеется 970 достопримечательностей, 95 музеев и 20 театров. Практика показывает, что геологические и промышленные туры пользуются спросом у европейских туристов».

Комплексная программа «Самоцветное кольцо» включает 5 маршрутов, 8 городов и 150 достопримечательностей. Суммарная протяженность маршрутов достигает 637 км. Главной сокровищницей Урала считаются самоцветные копи села Мурзинка. Здесь действует Минералогический музей. Экскурсанты посещают многочисленные копи, поднимаются на гору Тальян, где до сих пор находят кристаллы горного хрусталя и аметисты. Не менее интересен тур «Изумрудные озера» на Липовское месторождение самоцветов возле города Реж. В отвалах карьера можно отыскать кварц, халцедон, турмалин. В поселке Малышево имеется возможность увидеть изумруды, посетить камнерезные мастерские и спуститься в шахту.



Еще одна популярная тема — народные промыслы Урала. Программы туров включают мастер-классы, знакомство с историей промыслов с петровских времен, посещение музеев народного творчества. Визитными карточками считаются село Таволга, жители которого издавна занимаются изготовлением оригинальных керамических фигурок, а также Музей подносного промысла в Нижнем Тагиле. Уральские лаковые подносы с давних времен пользовались спросом даже за пределами России.

Отдельная тема — промышленность и техника Урала. В Ирбите туристы посещают мотоциклетный завод, выпускающий мотоциклы «Урал» ручной сборки. Такой мотоцикл с коляской купил в свою коллекцию голливудский актер Брэд Питт. Есть туры с посещением промышленных предприятий. Туристы могут побывать в екатеринбургской «Метальной лавке», музее архитектуры и промышленной техники, Каслинском музее художественного литья и на колокольном заводе в Каменск-Уральском.

«Не стоит забывать, что зима на Урале длится пять месяцев. Поэтому у нас активно развиваются зимние виды отдыха, — отмечает Надежда Шестакова. — В области действует ряд горнолыжных курортов, 160 лыжных баз, 10 охотничьих хозяйств. Для активного отдыха предназначены 2 заповедника, 5 природных заказников и 154 пещеры. Отдохнуть в спокойной обстановке и поправить здоровье можно на одной из 42 баз отдыха или в одном из 70 санаториев».

Великий Новгород ищет клады

«Доходы от туризма играют возрастающую роль в социально-экономическом развитии Новгородской области», — утверждает председатель областного Комитета по туризму **ЕВГЕНИЙ РОДИОНОВ**.

ПОДГОТОВИЛ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

Выступая в конце ноября на семинаре «Сотрудничество Республики Беларусь и Новгородской области: достижения и перспективы», Евгений Родионов сообщил, что с 2012 по 2014 год количество коллективных средств размещения в области увеличилось на 20%, общий номерной фонд вырос на 7,2%.

В первом полугодии 2014 года на территории области было размещено 164 тысячи туристов; по сравнению с аналогичным периодом 2013 года увеличение турпотока составило 11%. Ежегодно растет объем налогов, перечисляемых в бюджет турфирмами и гостиницами: в 2012 году он составил 165,4 млн рублей, в 2013 году — 172,7 млн рублей, за 9 месяцев 2014 года — 127,6 млн рублей.

Ежегодно область посещает более 380 тысяч туристов и свыше 880 тысяч посетителей объектов экскурсионного показа. Тенденция, характерная для развития туризма в Новгородской области в последние годы, заключается в увеличении доли туристов, посещающих муниципальные районы, — их привлекают рекреационный, сельский и активный виды отдыха. Для увеличения продолжительности пребывания и количества повторных посещений в области реализуются проекты в сфере событийного туризма, такие как фестиваль средневековой этнической музыки и ратного мастерства «Князь братчина», интерактивные программы в Новгородском кремле, фольклорные праздники «Новгородская масленица» и «Новгородское купалье».

В регионе создаются два туристических кластера. Проект кластера «Рюриково городище» включает три объекта: ландшафтный парк Городищенского холма, где находилась древнейшая княжеская резиденция, непосредственно связанная с историей зарождения российской государственности, музейный комплекс с

археологическим депозитарием и гостинично-ресторанный комплекс. Общий объем инвестиций составляет более 3 млрд рублей.

Правительством области подготовлена заявка на включение данного проекта в перечень мероприятий ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» с финансированием мероприятий по созданию транспортной и инженерной инфраструктуры кластера за счет средств федерального бюджета в размере 723,4 млн рублей.

Другой проект касается создания кластера в Старорусском районе на основе развития действующего курорта «Старая Русса». Имеющиеся там запасы минеральной воды и лечебных грязей дают возможность в ближайшие годы более чем вдвое увеличить объемы бальнеологических услуг. В конце 2014 года на территории курорта открыт новый физкультурно-оздоровительный комплекс, к 2017 году будет построен спальный корпус на 500 мест. В состав кластера войдут также гостиница, бассейн, ледовая арена, два многофункциональных оздоровительных комплекса. Все объекты свяжет пешеходный маршрут протяженностью 6 км. Проект кластера «Старорусский» уже включен в перечень мероприятий ФЦП с 2015 года; общая сумма средств из федерального бюджета составляет 934,6 млн рублей. Подготовлена концепция создания Всероссийского научно-образовательного и духовно-просветительского комплекса «Антоново» в стенах Антониева монастыря (начало XII века), который является объектом музейного показа.

К 2018 году будет построена скоростная автомобильная дорога Москва — Санкт-Петербург, которая значительно улучшит транспортную доступность Новгородской области для жителей столичных мегаполисов.



>>> Реализация намеченных проектов в Новгородской области позволит увеличить к 2018 году ряд ключевых показателей развития туристической отрасли: количество туристов, размещенных в объектах гостиничной базы — в 1,7 раза, площадь номерного фонда коллективных средств размещения — в 1,2 раза, объем инвестиций в основной капитал средств размещения — в 3,4 раза, объем платных услуг — в 2 раза.



Большое путешествие из Петербурга в Москву

В России впервые прошло роуд-шоу «Добро пожаловать в Санкт-Петербург», организованное Комитетом по развитию туризма города на Неве и ИД «Турбизнес»

Профессиональные рабочие встречи и презентации туристических возможностей Северной столицы состоялись в 15 городах страны — Нижнем Новгороде, Казани, Ижевске, Перми, Екатеринбурге, Тюмени, Челябинске, Уфе, Оренбурге, Самаре, Саратове, Воронеже, Липецке, Туле и Москве. В роуд-шоу приняли участие ведущие туроператоры, занимающиеся приемом туристов в Санкт-Петербурге: «Бон Тур», «Бюро «Петроградъ», «Интел-Т», «Музыка путешествий», «Национальный туроператор «Алеан», «Лира-Сервис», «Невские сезоны», «Невский Парадиз», «Парадиз-Тур», «Петротур», «РВС», «Странник», «Турфирма «Русский город», «ТФ Каприз», «КИТ Сервис», «СК Интур», «Эклектика», отель Park Inn by Radisson Nevsky.

Посетители роуд-шоу получили справочные материалы, актуальные операторские каталоги, пообщались с представителями Комитета по туризму и Городского туристско-информационного бюро Санкт-Петербурга. Каждый workshop завершался чаепитием, розыгрышем подарков и лотереями, призами которых были путевки в Санкт-Петербург, бесплатное проживание в высококласных отелях города, бесплатное посещение музеев, подписка на журнал «Турбизнес».

«Роуд-шоу — это совершенно новый для Санкт-Петербурга формат мероприятия. Идею мы позаимствовали у московских коллег, которые уже имели подобный опыт. Плюсы роуд-шоу — это поддержка туроператоров, продвижение города, привлечение новых туристов. Мероприятие вызы-



вало большой интерес у представителей туриндустрии, и в следующем году мы хотим его повторить, — рассказал начальник сектора региональных и международных проектов Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Александр Мартынов. — Участники роуд-шоу не соперничали между собой, хотя, по сути, они являются прямыми конкурентами. Туроператоры поняли, что делают общее дело, они смогли консолидироваться, и это, на мой взгляд, очень важно.

Участники роуд-шоу отметили высокую активность посетителей. «На встречи приходила профессиональная публика. Мы чувствовали неподдельный интерес к Санкт-Петербургу и нашим туристическим продуктам, много общались», — рассказала менеджер компании «Серебряное кольцо» Евгения Березина.

«В Уфе, Оренбурге, Саратове, Самаре агенты были наиболее активны: они живо интересовались программами туров, новинками. Больше всего вопросов было по школьным программам», — добавил генеральный директор компании «Русь» Борис Рубахин.

«Приятно, что многие агентства пришли на наши презентации, несмотря на то, что их основной профиль — это выездной туризм. Сейчас внутренний туризм становится все более перспективным направлением деятельности, а Санкт-Петербург с его уникальным потенциалом и культурным наследием — город, который просто необходимо посетить», — добавила директор по туризму компании «Каприз» Любовь Левченкова.

T6 workshop

ТУРБИЗНЕС

Приглашаем к участию в весенней серии workshop «Турбизнес»

10-13 Марта	Тольятти – Ульяновск – Пенза 🇷🇺 – Саратов
16-17 Марта	Ижевск – Набережные Челны 🇷🇺
16-17 Марта	Великий Новгород 🇷🇺 – Петрозаводск
23-27 Марта	Волгоград – Ростов-на-Дону – Краснодар – Ставрополь – Пятигорск
30 Марта-3 Апреля	Пермь – Уфа – Самара – Казань – Н.Новгород
6-9 Апреля	Сургут – Тюмень – Курган 🇷🇺 – Челябинск
13-17 Апреля	Омск – Барнаул 🇷🇺 – Кемерово 🇷🇺 – Красноярск – Иркутск
22-23 Апреля	Баку – Тбилиси
28 Апреля	Ереван 🇷🇺

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

РОССИЯ - 16 тыс. руб. (за один город)*

СНГ - 19 тыс. руб. (за один город)

В стоимость участия входят: предоставление рабочего места (таблички и бейджи), рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение профессиональных посетителей, организация подъездных трансферов для посетителей (в ряде городов), размещение информации в полноцветном каталоге workshop и на сайте workshop «Турбизнес», экскурсионное обслуживание (цены указаны без учета НДС 18%)

* Скидки на участие предоставляются индивидуально при бронировании не менее 10 городов

БОНУС УЧАСТНИКАМ:

- бесплатное размещение текстовой информации о компании в журнале «Турбизнес» 1/6 полосы с логотипом компании.

СТОИМОСТЬ МАСТЕР-КЛАССОВ РОССИИ:

20 мин. – 5 тыс. руб.,

30 мин. – 7 тыс. руб.,

40 мин. – 9 тыс. руб.

СТОИМОСТЬ МАСТЕР-КЛАССОВ СНГ:

20 мин. – 6 тыс. руб.,

30 мин. – 8 тыс. руб.,

40 мин. – 10 тыс. руб.

Дополнительно предлагаем:

- доставку материалов к рабочему месту в российские города (48 руб./кг.)
- пакеты обслуживания (от 6 тыс. руб. в российских городах вкл. трансферы по программе, обеды и проживание, СНГ – от 8 тыс. руб. в одном городе)
- размещение рекламы в каталоге workshop (от 6 тыс. руб.)
- заочное участие в workshop (Россия – 8 тыс. руб., СНГ – 9,5 тыс. руб.)
- индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ.

Отдел workshop «Турбизнес»:

Кристина Сивова k.sivova@tourbus.ru, **Евгения Шуманская** e.shumanskaya@tourbus.ru

Дополнительная информация по тел.: (495) 723-72-72 www.tb-workshop.ru, www.tourbus.ru



Магнитный пояс Подмосковья

Туризм не слишком быстро, но верно выходит на передовые позиции в экономических и культурных приоритетах развития Московской области. Собеседник «ТБ» — вновь назначенный советник по туризму министра культуры области, хорошо известный нашим читателям **ГЕОРГИЙ МОХОВ**.

БЕСЕДОВАЛИ ЕЛЕНА БОРИСОВА, ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН



С каким настроением вы приступили к новой деятельности?

Кое-что изменилось принципиально: появился интерес руководства области к развитию туризма как самостоятельного экономического направления, сформирована соответствующая программа и наличествует понятный ход мысли. Из развлечения туризм становится частью экономики. Известны инвесторы, которые намерены вкладывать средства в строительство гостиниц и развлекательных точек. Значит,

есть возможность принять участие в создании масштабных, дорогих и красивых туристических проектов — экологических, горнолыжных, этнографических и многих других.

Масштаб невостребованного туристского потенциала области огромен — его можно сравнить с целиной. Начав ездить по вверенному мне региону, я был весьма впечатлен ассортиментом его возможностей. Там, где они освоены — это настоящее открытие; хороший пример — Новый Иерусалим. Характерно, что Московская область имеет значительное количество своеобразных катализаторов — природных и исторических объектов, вокруг которых может логично строиться туристическая инфраструктура для комфортного размещения людей.

Сейчас будем систематизировать имеющиеся объекты показа, чтобы связать их с транспортом — устоявшихся транспортных маршрутов между точками показа просто не существует. Станем развивать практическое сотрудничество с муниципальными образованиями Московской области — их более семидесяти — и стимулировать их горизонтальные связи. В туристическом ракурсе, разумеется, — это называется «смежные мероприятия». В порядке первоочередности речь идет о создании ТИЦ.

Еще один принципиально новый проект — большая туристическая карта Подмосковья, причем не виртуальная, а живая — бумажная. Современному туристу приходится то и дело тыкать пальцами в дисплей своего гаджета, однако он с удовольствием берет в руки то, что можно унести с собой. Другая креативная идея — развитие гастрономического туризма на базе экоферм, которых, правда, пока немного.

Равняется одной пятой

Московская область с точки зрения потенциала развития туризма

На территории области расположено 5764 объекта культурного наследия, 1345 объектов федерального значения, 2068 объектов регионального значения, 2351 выявленный объект культурного наследия. Типы объектов культурного наследия: 2609 объектов гражданской архитектуры, 1771 объект церковного назначения (церкви, часовни и монастыри), 320 усадеб, 383 памятника воинской славы.

В области работает 83 музея, включая выставочные залы, картинные галереи, музейно-выставочные центры, из них федеральных объектов — 4, областных — 12, муниципальных — 67. На территории Подмосковья функционирует также около тридцати частных, корпоративных и общественных музеев, среди них так называемые «живые» музеи-производства, например, «Коломенская пастила». Число музейных предметов в фондах областных и муниципальных музеев по состоянию на 1 января 2014 года превышает 2 млн единиц хранения.

За 2013 год в коллективных средствах размещения Подмосковья остановились 2,3 млн туристов. Согласно официальным данным, в первой половине 2014 года объем платных туристских услуг, оказанных населению, составил 4,6 млн рублей, за аналогичный период 2013 года — 4,4 млн. Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения туристов составил 3,7 млн рублей, за аналогичный период 2013 года — 3,4 млн рублей.

Если перейти к масштабным проектам, имеющим претензии на то, чтобы стать свершениями, то нужно вспомнить, что ФЦП на 2011–2018 годы требует кластерного подхода в сфере развития туризма. Здесь отмечу туристский кластер «Русская Палестина», который разрабатывается по поручению председателя правительства Дмитрия Медведева совместно с Министерством культуры России. Ядро кластера — Воскресенский Ново-Иерусалимский мужской монастырь и музейно-выставочный комплекс Московской области «Новый Иерусалим», который открылся 22 ноября. Возможный периметр этого кластера составляет тридцать километров — с включением Истринского водохранилища, исторических объектов в самой Истре и так далее. Это проект-флагман, образец обустройства туристической инфраструктуры.

Другой потенциальный гигант — кластер делового туризма на базе «Крокус Сити» с международным выставочным комплексом «Крокус Экспо» площадью 549 тысяч квадратных метров. Проект с общим объемом инвестиций в 44,7 млрд рублей предусматривает строительство гостиниц «Холидей Инн» и «Марriott» на 1600 номеров с годовым размещением свыше 150 тысяч человек. Большим явлением должен стать туристско-рекреационный кластер «Дмитровские Альпы» на 170 гектарах земли со спортивно-рекреационным комплексом, парком природы, агротуристским комплексом и спа-отелями. Предполагаемый объем инвестиций — 5,6 млрд рублей, а посещаемость с учетом туров выходного дня — до 5 млн человек в год.

Есть у вас собственные идеи в части профильного креатива? Намереваюсь сформулировать с точки зрения системного подхода план создания сети автокемпингов, поскольку автотуристы всегда являются заметной частью «доноров» туринду-

стрии. Это сделать непросто вследствие юридических и технических сложностей, связанных с выделением земельных участков, а также экологическими ограничениями. Будем также создавать программу лояльности туристов, объединяя предложения по продаже билетов в музеи и на другие объекты с какой-то бонусной системой; возможно, к этому проекту подключатся транспортники.

Что ожидает подмосковных туристов в ближайшей перспективе? В декабре 2014 года в двенадцати государственных музеях Московской области будут открыты туристско-информационные центры, где каждый посетитель сможет получить информацию о действующих маршрутах, объектах культуры, истории, достопримечательностях и событиях региона, а также об оказываемых услугах в гостиницах, точках торговли, предприятиях общественного питания. ТИЦ «Подмосковье» будут располагаться в городах-«магнитах» региона. В настоящий момент в Московской области уже функционируют туристско-информационные центры в Дмитрове и Серпуховском районе, а также паломнический центр в Сергиевом Посаде.

В рамках проекта «Наследие» губернаторской программы «Наше Подмосковье» в регионе проводится установка информационных двуязычных дорожных знаков ориентирующей туристской навигации. До конца года на федеральных, областных и муниципальных трассах появится более 600 таких знаков, которые отправят туристов к объектам культурного наследия, музеям и предприятиям народно-художественных промыслов. На информационном портале «Культура Подмосковья» (<http://mosoblculture.ru>) размещена интерактивная карта объектов культурного наследия, храмов, музеев, парков и коллективных средств размещения в Москов-

МАСШТАБНЫЕ ПРОЕКТЫ ПОДМОСКОВЬЯ

>>> Тематические природно-гостинично-ресторанные комплексы «Дорога добра» с общим объемом инвестиций 11,3 млрд рублей.

Этнокультурный комплекс «Берендеево царство. Заповедник сказок» в Серпуховском районе, представляющий собой тематический парк развлечений и спортивно-гостиничный комплекс с горнолыжным спуском площадью около 100 га. Общий объем инвестиций — 4,3 млрд рублей.

Многофункциональный круглогодичный семейный курорт в Солнечногорском районе «Сафари-парк» с предполагаемой посещаемостью до 3 млн человек в год.

ОТДЫХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ РОССИЙСКИЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ФОРУМ
Home of Tourism

Вся наша жизнь – большое, иногда авантюрное, но по-настоящему интересное путешествие. Мы мечтаем, планируем, и, преодолевая важные препятствия, которые делают нас мудрее, достигаем желанной цели!

Дорогие друзья!
Пусть наступающий 2015 год станет годом путешествий, полных ярких свершений и незабываемых моментов!
Радости, здоровья, любви Вам и Вашим близким и пусть весь мир будет в Ваших руках!

Искренне Ваши, команда Департамента туристических выставок ООО «Евроэкспо»
15-18 сентября 2015, Крокус Экспо
www.tourismexpo.ru

»» По экспертным оценкам, потенциал Московской области составляет не менее

20%

туристских ресурсов России.

ской области. Интерактивная карта позволяет получить полную информацию о музеях и усадьбах, их расположении, режиме работы, а также перейти на веб-сайт историко-культурного объекта.

В стадии разработки находится многоязычный туристский интернет-портал «Афиша Подмосковья», который будет запущен в начале декабря 2014 года. Его основная задача — постоянное информирование потенциальных туристов об экскурсионных и событийных программах Московской области. Такой календарь событий интересен любому мало-мальски опытному путешественнику.

На каких профильных выставках Подмосковье будет показывать свое новое лицо?

Традиционно область участвует в «Интурмаркете» и «Отдыхе», однако в будущем году постараемся попасть и на МИТТ. Что касается международных площадок, то есть перспективные мысли о классической триаде — Лондон, Берлин, Шанхай, и не исключено, что в партнерстве с Москвой. Однако прежде должно сложиться ясное представление, что именно там показывать. Грамотный точечный выбор предложений может принести лучший результат, чем их привычная широкая палитра.

»» В Московской области разработана и утверждена государственная программа «Культура Подмосковья» на 2014–2018 годы, где на подпрограмму «Развитие туризма в Московской области» предусматривается выделение средств из областного бюджета в размере 433 млн рублей. Они пойдут на развитие рынка туристских услуг, внутреннего и въездного туризма, продвижение туристского продукта Подмосковья на мировом и внутреннем туристских рынках, развитие туристской инфраструктуры. В целях регулирования деятельности в сфере туризма в настоящее время разрабатывается закон «О государственной политике в сфере туризма и туристской деятельности в Московской области».

31
ДЕКАБРЯ
2014
22:00

Golden Ring Hotel
Золотое Кольцо
★★★★★

ЗИМНИЙ
САД
ресторана
«ПАНОРАМА»
ЭТАЖ 22

захватывающее путешествие вокруг планеты длиной в ночь



страны мира дарят вам самые яркие впечатления, свои лучшие блюда и напитки!

НОВОГОДНЕЕ ШОУ
Карнавал в Золотом

Стоимость билета (для взрослых)
25 000 руб.

СПЕЦИАЛЬНАЯ ЦЕНА БИЛЕТА*
22 500 руб.

Стоимость билета (для детей до 12 лет)
12 500 руб.

а также пакетные предложения с проживанием в отеле, завтраком и подарками
*Подробная информация и заказ билетов по тел.:

SAISON simple

САДСКАЯ

ГОСТИНИЦА

SABA

БРИЛЛИАНТЫ ЯКУТИИ

+7 (495) 725 0214

«Были и остаемся первыми»

«Мы себя считаем первыми в том, что начали развивать в России бронирование отелей как отдельный вид бизнеса. Это стало основой нашей работы в далеком 1994 году», – говорит генеральный директор компании UTS **АЛЕКСЕЙ КРЫЛОВ**.



С момента создания сервиса онлайн-бронирования Hotelbook прошло 8 лет. Вы знаете, куда двигаться дальше?

Мы себя уверенно чувствуем на рынке. Но тот факт, что мы стояли у истоков этого направления бизнеса, не означает, что мы можем спокойно поживать на лаврах и пожинать плоды, которые первыми посеяли. В бизнесе далеко не все, кто были первыми, становятся лидерами. Как правило, у последователей всегда есть преимущество — они не совершают ошибок первооткрывателей и используют их опыт, то есть идут по проторенной дорожке. Мы тоже с этим столкнулись, потому что один из наших бывших агентов, а ныне коллег и партнеров, компания «Карлсон Туризм», раньше нас, где-то на полгода, а может быть, и на год, запустила онлайн-систему бронирования. Правда, потом мы их все равно обошли. У нас есть преимущество — в некоторых сегментах бизнеса мы до сих пор лидеры: у нас есть имя, есть очень надежные и долгосрочные отношения с партнерами, что очень важно, а также есть амбиции, наши лидерские намерения, стремления и цели. Это составляющие нашего успеха.

Удалось ли достичь тех целей, которые ставились перед компанией в 2006 году?

Когда я только задумывал проект бронирования гостиниц, вся математика была очень проста: если 1000 агентств сделают хотя бы одно бронирование в месяц и у меня будет 1000 бронирований в месяц, я буду самым счастливым и самым успешным предпринимателем в туризме. Эту планку мы преодолели в начале 2008 года. Сегодня наши показатели превышают отметку в 10 тысяч бронирований в месяц. Но я не скажу, что очень этим удовлетворен. Мы знаем, что у нас есть коллеги на Западе, у которых эти цифры просто на порядок выше. Я считаю, что количество броней — это ключевой показатель деятельности, поэтому нам есть к чему стремиться. Думаю, что цифра в 100 тысяч бронирований в месяц на сегодняшний день является для нас ориентиром. Что касается сроков, то это задача на пятилетнюю перспективу.

Есть ли у вас, помимо основной, какие-то второстепенные задачи?

Одна из целей связана с тем, чтобы наши продажи вышли за пределы России. Понятно, что китайцам, австралийцам, американцам заниматься контрактированием российских гостиниц чрезвычайно сложно и дорого. Точно так же, как нам немислимо заниматься контрактированием гостиниц в Китае. Немислимо не потому, что это невозможно, а

потому, что затраты будут настолько существенны, что они не оправдаются никакими доходами.

Основная задача следующего этапа — интегрироваться, то есть постараться совместить свою систему с ведущими системами бронирования для предоставления услуг зарубежным клиентам. Здесь сложностей будет не так много, в основном они будут связаны с языковой адаптацией и поддержкой. Еще один момент — это технологическое соединение с управленческими системами самих отелей.

Наконец, третья задача — стать одним из ведущих операторов отельного бизнеса или поставщиков этой услуги для крупнейших международных мероприятий. В 2016 году в России пройдет чемпионат мира по хоккею, в 2018 году — чемпионат мира по футболу, а есть еще много локальных соревнований, фестивалей, конгрессов, съездов и т.д. Каждое подобное мероприятие связано с размещением десятков, а то и сотен тысяч болельщиков, участников, делегатов. Это огромные объемы работы, а у нас накоплен богатый опыт. Скажу так, мы ставим перед собой цель — войти в тройку ведущих компаний профессионалов в области размещения делегатов и участников различных крупнейших международных мероприятий, проходящих на территории Российской Федерации.

Трудно сейчас привлекать туристов в нашу страну? Конечно, трудно. Общая международная, экономическая и политическая ситуация на рынке, конечно, влияет на нашу работу. Мы не можем влиять на потоки туристов. Как правило, этим занимаются министерства по туризму разных стран, привлекая иностранные делегации или крупнейшие международные события. Единственное, что зависит от нас — это качество сервиса. Когда наши зарубежные коллеги, которым мы предлагаем услуги, видят, что у нас аналогичный подход с точки зрения технологий, качества и ответственности, то они понимают, что Россия интегрируется в мировую систему туризма так же, как и другие развивающиеся страны. А раз будут события, будут и поездки. Естественно, людям надо будет где-то останавливаться, следовательно, им будут нужны такие компании, как мы, чтобы кто-то помог им сделать все быстро, просто, дешево и выгодно.

hotelbookpro 

www.hotelbookpro

ФОКУС-ОТКРЫТИЕ



**INTERNATIONAL HOTEL
TASHKENT**

КАТЕГОРИЯ
5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ
2015 год

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Узбекистан, Ташкент, ул. Амира Тимура, д. 107А

НОМЕРНОЙ ФОНД

243 гостевых номера, в том числе два апартамента, 18 номеров-люкс, президентский номер

СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От \$190 за стандартный номер

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Бассейн, тренажерные залы, сауна, солярий, детские площадки, бар, ресторан, конференц-зал, бизнес-центр, автостоянка.

СПРАВКА «ТБ»

Международная гостиничная сеть Hilton возьмет в управление гостиницу International Hotel Tashkent. С гостиничным оператором уже подписано предварительное соглашение, ожидается, что окончательные договоренно-

сти будут достигнуты к концу года. В мае 2012 года правительство Узбекистана не продлило контракт с InterContinental Hotels Group, которая управляла этой гостиницей с 1997 года, с момента ее ввода в эксплуатацию. Стороны не смогли договориться по ряду ключевых коммерческих вопросов дальнейшей деятельности оператора. International Hotel Tashkent остается к настоящему времени единственным в Узбекистане отелем категории пять звезд. Также в Ташкенте работает шесть отелей категории четыре звезды, управляемых международными операторами.



HOLIDAY INN ШЫМКЕНТ
КАТЕГОРИЯ
4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ
конец 2014 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Казахстан, Шымкент, проспект Бейбитшилик

НОМЕРНОЙ ФОНД

84 номера, в том числе 12 номеров категории люкс

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Несколько переговорных комнат, мини-спортзал и «открытое лобби», объединяющее лобби, стойку регистрации, ресторан, бар, зону отдыха и бизнес-центр.

СПРАВКА «ТБ»

Holiday Inn Шымкент станет первым отелем под управлением международного оператора в городе. Он будет работать в рамках договора франшизы между IHG и первичным владельцем ТОО «Отель Шымкент». Шымкент – третий по величине город

Казахстана и деловой центр страны. «Уверен, что наличие подобного отеля в Шымкенте увеличит поток бизнес-туристов», – заявил Алексей Коробкин, директор по развитию IHG в России, СНГ и Грузии. «Отель, расположенный в городе с активной коммерческой деятельностью, привлечет туристов из Казахстана и других стран благодаря наличию переговорных залов и комфортабельных номеров», – прокомментировал подписание договора Даурен Битемиров, владелец ТОО «Отель Шымкент».



ASTANA MARRIOTT HOTEL

КАТЕГОРИЯ
5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ
6 августа 2014 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Казахстан, Астана, ул. Достык, д. 2

НОМЕРНОЙ ФОНД

271 номер шести категорий – от стандартного до президентского сюта

СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

от €202 за номер за ночь, включая завтрак

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Кафе Vista Bar & Lounge, ресторан Агома и лобби-бар. Для конференций и мероприятий отель предлагает три зала и Бальный зал, который делится на три части и может вместить 230 человек. В отеле расположены бизнес-центр, оздоровительный центр с хорошо оснащенный спортзалом, бассейн, сауна и парные. На всей территории работает бесплатный Wi-Fi.

СПРАВКА «ТБ»

Это пятый отель компании Marriott International в Казахстане и первый под брендом Marriott Hotels. Отель управляется филиалом американской компании Interstate Hotels & Resorts.



HOLIDAY INN MINSK

КАТЕГОРИЯ
4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ
2016 год

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Белоруссия, Минск. Гостиница будет расположена в центре города, недалеко от станции метро «Немига»

НОМЕРНОЙ ФОНД

205 номеров, в том числе 9 апартаментов

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Фитнес-зал, парковка на 35 автомобилей, четыре переговорные комнаты, комнаты отдыха, ресторан и лаунж-зона, а также «открытое лобби», объединяющее лобби, стойку регистрации, ресторан, бар, зону отдыха и бизнес-центр.

СПРАВКА «ТБ»

InterContinental Hotels Group объявила о подписании соглашения об открытии первого в Белоруссии отеля сети Holiday Inn – Holiday Inn Minsk. Управление им будет осуществляться по условиям договора франшизы с Hospitality Group LLC. Отель будет построен с нуля в центральной части белорусской столицы.

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)

«Путешествие путешествий» начинается

«Я считаю, что любой кризис – это новые возможности. В такое время главное – провести доскональный анализ текущей ситуации на туристическом рынке и увидеть новые тенденции, дающие потенциал для развития», – так сформулировала свое кредо в эксклюзивном интервью «ТБ» новый руководитель российского представительства департамента Министерства туризма Израиля **КСЕНИЯ КОБЯКОВА**.

БЕСЕДОВАЛ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН



»» Число российских туристов в Израиле за первые девять месяцев 2014 года увеличилось на

13% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее. В целом за последние шесть лет туристический поток из России в страну увеличился более чем в три раза.

Ксения, вы вступили в должность в непростое для российского туризма время.

Пока что нам удается поддерживать позитивную динамику. Так, в сентябре 2014 года россияне (44,8 тысячи человек) уверенно лидировали в общем объеме турпотока в Израиль, обогнав даже американцев (35,2 тысячи человек). С января по сентябрь 2014 года число российских туристов, прибывших в нашу страну с многодневными визитами, составило 315,4 тысячи человек – это на 13% больше, чем за аналогичный период годом ранее. А с учетом однодневных поездок турпоток из РФ за девять месяцев оценивается в 429,5 тысячи человек.

Каковы тенденции в продвижении Израиля на международном туристическом рынке, в частности, на российском?

До недавнего времени основной поток туристов в страну состоял из тех, кто покупал организованные туры. Сейчас структура турпотока меняется, к нам все больше приезжает туристов-индивидуалов. Кроме того, в современном мире люди стали больше внимания уделять электронным СМИ. Мы идем в ногу со временем, поэтому будем в своей работе делать упор на электронные средства массовой информации, а также на индивидуальных

туристов, не забывая при этом профессионалов туристической отрасли.

Продолжим проведение PR-акций в форматах b2b и b2c. Будем размещать рекламу в СМИ, метро, кинотеатрах, на наружных рекламных носителях и в бизнес-центрах. Осенью у нас прошла масштабная рекламная кампания в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Самаре, Казани и Ростове-на-Дону. А в Израиле сейчас проходят съемки авторской 8-серийной передачи Ивана Урганта и Владимира Познера, которая будет демонстрироваться на Первом канале. Также мы активно продвигаем туры city break – поездки выходного дня в Тель-Авив и Иерусалим.

Новые достопримечательности появятся в стране в ближайшее время?

Вокруг Иерусалима в 2015 году откроется гигантский парк общей протяженностью 45 км. В Тель-Авиве представляет интерес для туристов район Сарона в самом центре города. Когда-то здесь действовало множество предприятий, где производили оливковое масло. Потом территорию заняла армейская база. Поскольку эти места очень красивые, было решено провести реконструкцию района и передать его в распоряжение города. Теперь это один

из самых роскошных районов со множеством старинных зданий, маслобоен, виноделен и уютных ресторанчиков. Это далеко не все. В Израиле постоянно появляются новые достопримечательности, совершаются археологические открытия, поэтому список туристических объектов страны постоянно пополняется.

Ожидаются новости в гостиничном бизнесе?

Израиль станет пятнадцатой страной в мире, отели которой будут ранжироваться по системе HotelStars. Договоренность об этом достигнута в ходе встречи министра туризма доктора Узи Ландау с Клаусом Анмозером, президентом Ассоциации отелей Австрии и одним из трех основателей организации HotelStars. Новая система оценки облегчит израильским и иностранным туристам задачу при выборе объекта размещения.

В настоящее время в мире насчитывается более 30 систем классификации гостиниц. Наибольшую популярность смогла завоевать система HotelStars, в основе которой лежит сегментирование гостиниц по категориям от одной до пяти звезд. Сегодня HotelStars включает 21 категорию гостиничной классификации. В общей сложности в эту систему классификации входят 270 критериев.

Какие интересные события и проекты предлагаются туристам?

В течение декабря в Иерусалиме будет проходить Фестиваль танцев, во время которого зрители смогут увидеть лучшие современные танцевальные программы в исполнении артистов центра «Мачол Шалем». Интерес представляет фестиваль «Лестница Иакова», посвященный фолку и блюзу. Этот старейший фестиваль был основан около сорока лет назад. Среди событий можно также выделить Фестиваль еврейского кино и Неделью дизайна в Иерусалиме. Крайне интересен израильско-эфиопский фестиваль искусств «Хул-легеб». Фактически это ярмарка работ выходцев из Эфиопии — художников и скульпторов, а также музыкальные и театральные представления.

Есть и свежие идеи для путешественников. Новый автобусный маршрут для туристов начинается в кибуце Эйн-Геди, проходит вдоль Мертвого моря, крепости «Массада» и финиширует в Кикар Содоме. Путешественники за один день могут самостоятельно посетить знаковые достопримечательности страны, не утруждая себя арендой автомобиля или поиском группового тура. Работа на ферме — необычный способ познакомиться с Израилем. Желающим предлагают на выбор около 70 ферм — кибуцы, мошавы, частные хозяйства. В обмен на питание и проживание требуется поработать несколько часов в день в течение пяти дней в неделю.

Как сегодня можно добраться из России до Израиля? Вариантов много. Из Москвы в Тель-Авив и Эйлат выполняют рейсы авиакомпаний «Трансаэро»,

«Эль-Аль», «Аэрофлот». Самолеты этих же компаний летают в Тель-Авив из Санкт-Петербурга. «Уральские авиалинии» прибывают в израильскую столицу из Екатеринбурга, «Донавиа» и «Аэрофлот» — из Ростова-на-Дону, «Якутия» — из Краснодара. «Вим Ави» выполняет чартерные рейсы из Москвы в Эйлат. В общей сложности наши страны связывает 71 авиарейс в неделю.

Какие места в Израиле вам нравятся больше всего?

Мне очень нравятся Иерусалимские холмы. Там множество католических монастырей и виноделен. Например, в монастыре в Абу-Гош служит отец Оливье, который производит великолепный лимончелло — популярный итальянский лимонный ликер. Кроме того, в Абу-Гош готовят самый вкусный хумус. Меня также впечатляет гигантский кратер Рамон, который находится среди пустыни возле городка Мицпе-Рамон. Люблю бывать в ущелье Прат в Иудейской пустыне. Там фантастические пейзажи. По дну каньона течет река, есть водопады, встречаются цветущие оазисы. Есть даже два монастыря.

Обожаю север Израиля. Там много рек, а мне нравятся походы по воде. Походы не лодочные, а пешие. Поскольку глубина небольшая, можно идти прямо посередине реки. Вода чистая и холодная. Такие прогулки особенно приятны во время летней жары. Люблю древний город Акко, с его морем и старинной архитектурой.

В Иерусалиме одно из моих любимых мест — крыша австрийского хосписа. Туда может подняться любой желающий. Сверху открывается одна из лучших панорам Иерусалима. Это идеальное место, где можно сделать великолепные фотоснимки. Кстати, в городе реально совершить настоящее путешествие по крышам в компании с многочисленными иерусалимскими кошками. На озере Кинерет советую посетить ресторан-дебаркадер «Декс». Там замечательно готовят «рыбу Петра» и карамелизированные луковые колечки.



>>> Ежегодно в Израиль приезжают более трех миллионов туристов, 80% от общего числа гостей посещают Иерусалим. Тель-Авив является вторым по посещаемости городом Израиля — здесь бывает до 60% туристов, прибывающих в страну.

СПРАВКА «ТБ»

Ксения Кобякова родилась в латвийском городе Даугавпилсе. В возрасте 15 лет отправилась в Израиль по программе НААЛЕ. В 2008 году окончила Иерусалимский университет по программам немецкий язык и литература, славистика. Проходила стажировку в Германии. С 2006 по 2009 годы была координатором молодежных проектов для израильтян и иностранцев («Таглит», «НААЛЕ»), а также представителем Всемирного союза «Маккаби» в Молдавии и России. С 2010 по 2013 годы работала в департаменте маркетинга Министерства туризма Израиля по направлениям Германия, Россия и Украина, затем состояла на дипломатической службе. До приезда в Москву занимала пост заместителя чрезвычайного и полномочного посла Израиля в Латвии и Литве.

Время исправлять ситуацию

«Надеюсь, что на Кубу будет приезжать 100 тысяч российских туристов в год», — говорит советник по туризму посольства Республики Куба в Москве **ЭДИЛЬБЕРТО РИВЕРОН ЛЕОН**.

БЕСЕДОВАЛ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН



Скоро год, как вы работаете в Москве. Какое у вас настроение накануне зимних праздников? Да, я вступил в должность советника по туризму в Москве почти год назад, в начале января 2014 года. Для меня это назначение — большая ответственность, поскольку в последние годы сократилось число туристов из России и нужно исправлять ситуацию. Сейчас на Кубу приезжает порядка 70 тысяч российских туристов. Мы надеемся, что в ближайшем будущем эта цифра увеличится до 100 тысяч.

Где вы так хорошо выучили русский язык? В 1985 году я окончил педагогический институт на Кубе. У нас была прекрасная преподавательница русского языка из Москвы. Я очень благодарен ей. Практику мне пришлось проходить не в СССР, а на Кубе, прямо на рабочем месте.

Когда российские туристы активно поехали на Остров свободы? Турпоток на Кубу из России начал расти в 2008 году. Пик поездок пришелся на 2012 год, когда число туристов достигло 86 тысяч. После этого произошло небольшое падение, поэтому пришла пора принимать меры. Предполагаем, что в нынешнем году рост составит порядка 3% по сравнению

с прошлым годом. Надеемся, что в 2015 году мы вновь получим тот максимум, который был зафиксирован два года назад.

Где на Кубе предпочитают отдыхать туристы из России? В первую очередь это Гавана и курорт Варадеро, который удобно расположен недалеко от столицы. Сейчас мы намерены продвигать на российском рынке и другие регионы страны. Раньше мы пользовались услугами канадского рекламного агентства. С марта 2014 года этим занимается российская компания Target-Media. Дело в том, что канадские специалисты не могут в полной мере понять и оценить менталитет российских туристов. Что хорошо для Канады, не обязательно хорошо для России. Сотрудничество с новым партнером мы начали с телевизионных проектов на каналах «ТНТ» и «Пятница», где идет популярная программа «Орел и Решка».

Достаточно ли авиарейсов на Кубу? В настоящее время регулярные рейсы из Москвы в Гавану пять раз в неделю выполняет «Аэрофлот». Авиакомпания «Трансаэро» один раз в десять дней выполняет чартерные рейсы в Варадеро. Летает к нам также чартерная авиакомпания

ния Nordwind Airlines. Из Санкт-Петербурга пока что полетных программ нет. Хотелось бы иметь более широкую географию рейсов.

Какие кубинские регионы являются наиболее перспективными для развития туризма?

В первую очередь это острова Кайо-Коко и Кайо-Санта-Мария, а также провинция Ольгин на востоке страны. Ее уроженцем является Фидель Кастро. Здесь находится город Сантьяго-де-Куба, который считается колыбелью кубинской революции, музыки и рома. Это самый типичный карибский городок на Кубе, поскольку его строили испанцы, африканцы и коренные жители Карибского региона.

Большой интерес представляет Тринидад — колониальный город-музей, который включен в список Всемирного наследия человечества ЮНЕСКО. Он настолько хорошо сохранился и так целостен, что позволяет совершить путешествие во времени в колониальную эпоху. В Гаване тоже есть старинные колониальные районы, но Тринидад, несомненно, — самый красивый кубинский город той эпохи. Недавно исполнилось пятьсот лет со дня его основания.

Че Гевара и Фидель Кастро — эти имена являются кубинскими брендами, которые

хорошо знают в России. Есть ли экскурсии, посвященные революционерам? Места, связанные с этими именами, туристы посещают, как правило, во время обзорных экскурсий по кубинским городам. Например, есть возможность побывать в родном доме Фиделя Кастро, увидеть памятники Че Геваре, побывать на улицах и площадях, названных именами революционеров.

Какие места на Кубе вам нравятся больше всего? Небольшие острова вроде Кайо-Коко. Это настоящий тропический рай. Кстати, на Кайо-Коко есть школа кайтсерфинга, где работают русскоговорящие инструкторы. Туристам предлагают широкий выбор морских и островных экскурсий. Кайо-Коко соединен искусственной косой и шоссе с островком Кайо-Гильермо, который известен своими великолепными пляжами. Именно здесь находится Пилар — один из лучших пляжей архипелага. Эти острова считаются заповедной зоной с богатой и практически нетронутой человеком природой. Мне также нравится провинция Ольгин. Здесь удачная комбинация лазурного моря и пышной зелени на побережье, небольшие речки и уютные пляжи. Жители западной части Кубы более открытые и доброжелательные, поэтому провинция славится великолепным сервисом. Я просто обожаю эти места.



>>> Сантьяго-де-Куба — побратим Санкт-Петербурга. В этом городе много интересных мест, связанных с революционными событиями, работают музеи революции и рома.

Куба постскриптум

ЭДИЛЬБЕРТО РИВЕРОН ЛЕОН предлагает свою пятерку уникальных брендов кубинского туризма

Куба удивительно разнообразна. Здесь можно посетить табачные плантации, где производят лучший табак и сигары в мире. Пожалуй, это один из самых известных кубинских брендов.

Очень интересен город Баракоа — первое поселение и первая столица Кубы. Город был основан в 1512 году. Его жители бережно сохраняют старинные традиции. Например, Баракоа славится своеобразной кухней. Большой популярностью пользуются рыбные блюда с добавлением кокосового масла.

На Кубе имеется большой рай-



он, где выращивают какао. Здесь можно увидеть, как растут плоды; как их перерабатывают и делают шоколад ручной работы. В местных

магазинах предлагают настоящий горький шоколад, который содержит только натуральные вещества. В Баракоа находится Наци-

ональный парк Александра Гумбольта, который славится разнообразной флорой и фауной. Даже обычная поездка по шоссе через парк превращается в увлекательную экскурсию. Здесь же, в Баракоа, сохранилась и работает гостиница, которая называется La Rusa, что значит «Россиянка». В доме жила русская женщина, аристократка, которая эмигрировала из России в 1917 году. В начале 1960-х годов здесь останавливался Че Гевара. Позже гостями были Фидель и Рауль Кастро. Сейчас в легендарном отеле двенадцать номеров.



В пятерке самых динамичных

По данным World Travel and Tourism Council, Индия занимает пятое место среди государств с наиболее динамично растущей туристической индустрией. По прогнозам организации, в период с 2011 по 2021 год ежегодный прирост турпотока в страну составит 8,8%.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

Индийский отель Dusit Devarana New Delhi отмечен в престижном списке Conde Nast Traveller «Новые отели Индии» за 2014 год. Основанием для этого стали исключительно высокий уровень обслуживания, впечатляющее расположение, выдающиеся возможности для отдыха и множество премиальных услуг, доступных гостям.

Между тем в стране не хватает качественных отелей, работающих по международным стандартам. По подсчетам правительства, для полноценного развития отрасли в Индии необходимо открыть 150 тысяч гостиничных номеров. Сейчас в стране активно развиваются международные бренды, привлекаемые индийскими собственниками, а также локальные гостиничные операторы.

В конце 2014 года компания Wyndham Hotel Group открывает отель под брендом Planet Hollywood на южном побережье штата Гоа. В комплексе — корпус на 115 номеров и 15 небольших домиков, бутики, фитнес-

и спа-центр, центр йоги, бассейны. Planet Hollywood станет вторым отелем бренда в мире, первый был открыт в американском Лас-Вегасе.

Компания Starwood Hotels & Resorts Worldwide объявила об открытии в 2018 году нового отеля под брендом Le Meridien в городе Ахмадабаде на западе Индии. Le Meridien Ahmedabad расположится в непосредственной близости от центрального делового района и шоссе Гандинагар, по которому за несколько минут можно добраться до Индийского института менеджмента и выставочного центра.

Ахмадабад — один из промышленных центров Индии. Город, расположенный на берегу реки Сабарматти, иногда называют «восточным Манчестером». Он также знаменит своим ашрамом Сабармати, который основал Махатма Ганди в первой половине XX века. Компания Hilton Worldwide объявила о подписании договора с Hiris Hospitality на управление отелем под брендом Doubletree в Ахмадабаде. DoubleTree by Hilton Ahmedabad находится в нескольких минутах ходьбы от центра города, неподалеку от шоссе Гандинагар. К услугам гостей — 174 номера, разнообразные бары и рестораны, бассейн, круглосуточный фитнес-центр, спа-комплекс, круглосуточный бизнес-центр и площадки для проведения мероприятий общей площадью 9 тысяч квадратных метров.

Планируется, что гостиница примет первых постояльцев в начале 2016 года. Ранее в этом году Hilton Worldwide



уже расширяла портфель своих объектов в Индии, открыв три новые гостиницы — DoubleTree Suites by Hilton Bangalore, Hilton Bangalore Embassy GolfLinks и Hilton Jaipur. Таким образом, компания начала свое вхождение на рынок Бангалора и одного из самых популярных туристических направлений в стране — Джайпура.

В августе 2014 года Hilton Worldwide открыла Doubletree by Hilton Agra. Отель находится по соседству с самыми известными достопримечательностями страны. В гостинице 104 номера, четыре ресторана, открытый бассейн с видом на Тадж-Махал, 24-часовой фитнес-центр, спа-салон, банкетный зал площадью 436 квадратных метров, четыре конференц-зала и круглосуточный бизнес-центр.

В конце нынешнего года на юге Индии, в городе Коччи, откроется новый отель группы Movenpick Hotels & Resorts. Договор на управление был подписан с компанией ITMA Hotels India Private Ltd при посредничестве Jomer Properties & Investments. В Movenpick Hotel Kochi 167 номеров, оформленных в современном стиле, с футуристическими элементами дизайна. Отель расположен в 6 км от центра города и в 25 км от международного аэропорта Коччи. К услугам гостей — шесть ресторанов и баров, клубный лаундж, конференц-залы, банкетный зал на 500 человек, бассейн, оздоровительный клуб, спа-центр, студия йоги, турецкая баня, джакузи.

В настоящее время Movenpick Hotels & Resorts управ-

ляет открытым в 2011 году отелем Movenpick Hotel Bangalore и уже объявила о планах открыть спа-курорт на 124 номера в Дхарамсале в 2018 году. «У Индии огромный потенциал с точки зрения дальнейшего роста въездного и внутреннего туризма, — считает глава операционного офиса Movenpick Hotels&Resorts в Азии и на Ближнем Востоке Андреас Матмеллер. — В прошлом году внутренний турпоток вырос на 5%, а в 2014 году, как ожидается, он увеличится еще на 8%». В начале сентября Ascott Limited достигла соглашения по управлению отелем Somerset на территории Гургаона. Новый гостиничный комплекс, получивший название Somerset Diplomatic Greens Gurgaon, откроется в 2019 году. Он будет состоять из 174 апартаментов. Ранее компания сообщила о подписании соглашения на управление аналогичным отелем с обслуживаемыми апартаментами в Гургаоне. Открытие Ascott Ireo City Gurgaon запланировано на 2017 год. С новым отелем число управляемых Ascott апартаментов возрастет до 1400 в восьми отелях пяти индийских городов. Это Бангалор, Ахмадабад, Гургаон, Ченнаи и Хайдарабад. В дальнейшем планируется расширить присутствие на территории страны — для этого компания будет искать инвесторов и подписывать новые соглашения на коммерческое управление объектами. Гостиничный оператор планирует открыть гостиницы в Нью-Дели, Мумбае и Пуне.



Самый просторный A380

Korean Air признана лучшей авиакомпанией, эксплуатирующей крупнейший в мире пассажирский авиалайнер Airbus A380. Авиакомпания второй раз удостоивается престижной премии Top Operational Excellence, ежегодно вручаемой на международном техническом симпозиуме Airbus.

Свой первый A380 Korean Air приобрела в июне 2011 года. На сегодняшний день перевозчик обеспечивает впечатляющий показатель точности соблюдения расписания на воздушных судах этого типа — он составляет 99,7%. Это значит, что только 0,3% рейсов были отложены или отменены в период с октября 2012 года по сентябрь 2014 года.

Корейские A380 имеют наименьшее количество кресел по сравнению с такими же авиалайнерами других авиакомпаний. В трех классах обслуживания насчитывается



407 кресел. На нижней палубе авиалайнера расположены 12 кресел первого класса Kosmo Suite и 301 кресло экономкласса. На верхней палубе — 94 кресла бизнес-класса Prestige Sleeper, раскладыва-

ющиеся на 180 градусов. Первая в мире бортовая витрина duty free, а также наличие трех баров и лаунджей обеспечивают непревзойденный уровень сервиса и комфорт авиаперелета.

В настоящее время флот Korean Air насчитывает 155 воздушных судов, включая 10 авиалайнеров A380, выполняющих полеты из Сеула в Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Атланту и Париж. Авиакомпания, основанная в 1969 году, входит в число 20 крупнейших перевозчиков мира.

>>> Korean Air выполняет свыше 400 рейсов в день между 125 городами в 45 странах на пяти континентах. Пассажиропоток Korean Air в 2013 году превысил 23 млн человек



Жажда экзотики — всё

Туристы со всего мира едут в Африку, чтобы своими глазами увидеть ее яркую природу, самобытную культуру, уникальный животный мир. Традиционными хитами продаж являются туры в ЮАР, Кению и Танзанию.

ТЕКСТ
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН



»»» В январе 2014 года у туристов появилась возможность въезжать в Кению, Уганду и Руанду по единой визе. Другие члены Восточноафриканского соглашения, в частности, Танзания, находятся на пути к присоединению к этому проекту.

Сообщения СМИ о наступлении вируса эбола в Африке напоминают фронтовые сводки. «Информация поступает исключительно из стран Западной Африки, — успокаивает Валентина Мягкова, представитель гостиничной сети Seasons in Africa. — Они и раньше считались неблагополучными и почти не посещались туристами. ЮАР, Кения и Танзания находятся на противоположной стороне африканского континента. Это огромное расстояние. Там не было зафиксировано ни одного случая заражения этим вирусом».

ЮАР

ЮАР — круглогодичное направление отдыха. Несмотря на то что оконечность материка окружает вода, в Южную Африку едут в экскурсионные туры, а не на пляжи. Причина проста — океан грозен, зато на суше имеется множество уникальных природных достопримечательностей.

По словам Дарьи Слюсарь, генерального директора российского и восточноевропейского отдела компа-

нии Ecco Tours, большой популярностью пользуются обзорные экскурсии по Кейптауну — второму по величине городу ЮАР. Город раскинулся у подножия Столовой горы, на вершину которой можно подняться на фуникулере. Сюрприз в том, что при подъеме кабинка вращается, что позволяет увидеть панораму на все 360 градусов. В окрестностях города можно увидеть колонию пингвинов и место, где встречаются два океана — Тихий и Индийский.

Другой тур посвящен местным виноградникам. Вино, произведенное в ЮАР, представлять не требуется — оно занимает достойное место на полках российских винных бутиков. Но, как говорится, настоящее вино можно попробовать только там, где растет виноград, из которого его производят. Такая возможность гостям представится во время экскурсии под названием Cape Wine Lands. Туристы охотно осматривают старинные города Стелленбос и Франшхук. На побережье можно увидеть огромных китов, для которых океан — колыбель и родная стихия. Живописен маршрут тура «Дорога садов». Гурманы едут на дегустацию устриц. Семьи с детьми — в многочисленные национальные парки.

КЕНИЯ И ТАНЗАНИЯ

Кения — это, прежде всего, сафари, поскольку именно тут расположены всемирно известные национальные парки «Масай Мара», «Амбосели», «Озеро Накуру», «Найваша», «Цаво Эст» и другие. Природа и обилие видов животных в заповедниках поражает, а фотографии львов, жирафов, антилоп и слонов в их естественной среде обитания станут гордостью любого путешественника. В Кении настолько благоприятная экологическая ситуация, что даже европейцы стремятся приобрести там недвижимость и проводить отпуска для восстановления здоровья.

«Сафари мы рекомендуем совместить с отдыхом на острове Занзибар в Танзании, — рассказывает Ирина Лебедева, генеральный директор компании Meteors Travel. — Там туристов ждут белоснежный песок, бирюзовая вода и качественные отели под итальянским управлением. Особенно хороши курорты Малинди и Ватаму, расположенные в двух часах езды от портового города Момбаса. Рядом с ними находится Национальный коралловый заповедник Ватаму, куда организуют экскурсии на яхте».

Занзибар нравится ценителям островного отдыха, поскольку он похож на Мальдивские и Сейшельские

острова, которые необыкновенно романтичны. Сюда нередко отправляются в свадебное путешествие. Отдыхающим предлагают морские прогулки, а также экскурсии в Стоун-Таун, где родился знаменитый певец Фредди Меркьюри. Местная достопримечательность — гигантские черепахи.

ОТЕЛЬ С ВИДОМ НА... СЛОНА

Гостям Южной Африки предлагается необычный вид размещения — в лоджах. Их еще называют этноотелями. Они располагаются на территории национальных парков или вблизи мест, где проходят сафари. Не следует думать, что лодж — это африканская хижина с удобствами на улице. Напротив, лоджи по уровню сервиса и комфорта сопоставимы со столичными пятизвездными отелями.

Лоджи работают по любимой россиянами системе «все включено». Для гостей организуют сафари. Открытый автомобиль подъезжает прямо к слонам, жирафам и львам. Безопасность гарантирует сопровождающий рейнджер. Во время утреннего сафари прямо в саване для гостей накрывают поляну — чай, кофе, сласти. Еще романтичнее «поляна» выглядит вечером, когда есть возможность полюбоваться закатом с бокалом вина и фруктами.



ЛУЧШИЕ СТРАНЫ ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЯ В 2015 ГОДУ

- 1 Сингапур
- 2 Намибия
- 3 Литва
- 4 Никарагуа
- 5 Ирландия
- 6 Республика Конго
- 7 Сербия
- 8 Филиппины
- 9 Сент-Люсия
- 10 Марокко

По версии Lonely Planet

По следам доктора Айболита

Об особенностях продаж туров в ЮАР и Кению, специфике работы на африканском направлении в условиях общего спада туристической активности рассказывает **АННА ЗАХАРОВА**, старший менеджер отдела Индийского океана и Африки компании «АРТ-ТУР»

Спрос на групповые поездки в африканские страны, который еще недавно был стабильным, значительно просел. Причиной снижения турпотока в ЮАР служат, в том числе, изменения визового режима. В мае текущего года посольство ЮАР объявило об изменениях в подаче документов на визы. Согласно новым правилам, туристы должны лично подавать пакет документов в консульство, что моментально отразилось на спросе. Не каждый располагает для этого временем. Мы не фиксируем аннуляций туров, оформленных по раннему бронированию, при этом текущие продажи идут достаточно слабо, особенно в среднем ценовом сегменте, тогда как продажи VIP-

туров по-прежнему стабильны. Мы надеемся на стабилизацию спроса и визовые послабления. Ведь ЮАР — интересная, безопасная страна, но из-за визовых нововведений лишающая себя стабильного российского турпотока. Среди новогодних предложений компании — 9-дневный тур «Путь Африканского солнца» (Кейптаун — Сан-Сити — водопады Виктория, Замбия), 9-дневный тур с 29 декабря по 7 января «Кейптаун — Сан-Сити — сафари». С января по сентябрь 2015 года «АРТ-ТУР» предлагает туристам отправиться в 8-дневный тур «Кейптаун — сафари в заповеднике Капама — Йоханнесбург». В рамках программы туристы

посетят бухту Хаутбэй, познакомятся с колонией пингвинов на пляже Болдерс, посетят частный заповедник Капама в Восточном Трансваале. Заповедник славится обилием слонов, львов, буйволов и других африканских животных, здесь можно увидеть уникального «королевского» гепарда. Не фиксируем мы активного спроса и на новом для нас кенийском направлении. Динамичным продажам препятствует обеспокоенность туристов относительно террористических действий исламистов, направленных против немусульман. Общий криминальный фон в столице и других городах страны неблагоприятно сказывается на турпотоке. Однако туристические зоны находятся в

наиболее безопасных районах. Кения, как и любое другое африканское направление, имеет свою специфику: здесь нет большого количества люксовых отелей, «звездность» кемпов и лоджей достаточно условная, при этом она идеально подходит для туристов, желающих прикоснуться к дикой природе и провести немного времени на пляжах. Потенциал страны связан, прежде всего, с национальными парками. Визы в Кению выдаются по прибытии, что может оказать положительное влияние на продвижение страны на российском рынке. Несмотря на то что пока продажи идут не так активно, как нам хотелось бы, причин для негативных прогнозов нет.



Остров райского отдыха

Мальтийский архипелаг состоит из трех крупных островов — Мальты, Гозо и Комино. Гозо — второй по величине остров имеет площадь чуть более 60 квадратных километров и население около 30 тысяч человек. Этот остров выбирают ценители комфортного отдыха в уединении.

ТЕКСТ
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

На Гозо нет бурной ночной жизни, как в городах на острове Мальта. Зато есть ощущение рая со всеми его атрибутами — пальмами, кристально чистой бирюзовой водой, волнующими запахами моря и приятной оторванностью от большого шумного мира. Попастъ на остров можно на пароме, который всего за полчаса доставит туристов в порт Мджар.

СТОЛИЦА-ЦИТАДЕЛЬ И «БАШНЯ ГИГАНТОВ»

Весьма колоритна столица Гозо — Виктория. На самой высокой точке города возвышается традиционная цитадель. Узкие улочки порой так круто взбираются в гору, что удивляешься виртуозности водителей, удерживающих машины перед светофорами. Здесь в изобилии продают вязаные изделия из козьей и овечьей шерсти и домашние ликеры. В городе невозможно миновать сувенирные магазины — выбор приятных пустычек достаточно велик и большинство из них выглядят симпатично. В первую очередь это мальтийские рыцари, изготовленные из металла или пластика. Далее следуют модели старых мальтийских автобу-

сов, завезенных из Великобритании еще в середине XX века. Автобусы выкрашены в желтый цвет с красной полосой. Крыша — белая. Еще одним наследием английской колонизации являются модели красных телефонных будок и тумбообразных почтовых ящиков. Это сувениры, которые свойственны именно Мальте. Остальные можно встретить в других точках планеты, и они будут отличаться лишь надписью с названием страны.

От Виктории недалеко до главного чуда острова Гозо — мегалитического храма Джгантия («Башня гигантов»). Он был построен почти за тысячу лет до появления египетских пирамид — около 3600 года до нашей эры. Это самый ранний из мегалитических храмов Мальты. Вопросы здесь возникают те же, что и в египетской Гизе — как без технических средств люди из многотонных блоков соорудили гигантское сооружение? И зачем? Легенды утверждают, что его построила раса гигантов в качестве места поклонения богам. Комплекс состоит из двух храмов, в плане напоминающих форму клеверного листа. Огромные камни, из которых сложены стены, удерживаются только за счет собственного веса — при строительстве не использовалось цементирующее вещество. Высота храмов дости-



ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ ГОЗО

- 1 Храм Джгантия
- 2 Столица Виктория
- 3 «Лазурное окно»

гает 6 метров, а вес некоторых глыб — 50 тонн. В пяти апсидах археологи нашли алтари и кости животных — очевидно, здесь совершались жертвоприношения. В 1980 году храм Джгантия был внесен в список Всемирного культурного наследия человечества ЮНЕСКО.

ЧУДЕСА ПРИРОДНЫЕ И РУКОТВОРНЫЕ

Самое живописное место на Гозо — «Лазурное окно», которое находится возле деревни Двейра. В этом месте морские волны выточили гигантскую арку — на двух

каменных колоннах диаметром около 40 метров покоится стометровое перекрытие, образующее огромное прямоугольное окно. Поблизости находится также внутреннее море, в которое можно попасть через пробитый волнами туннель. Желающим предлагают водную прогулку на лодке вдоль побережья, во время которой туристы увидят несколько пещер и необычные скалы, напоминающие человеческое лицо и крокодила. Не менее впечатляет рукотворное чудо возле деревни Марсалфорн, которое местные жители называют соляными лунками. Плоское каменное побережье представляет собой замысловатую сеть, образованную неглубокими прямоугольными ваннами разного размера. Особенно завораживает вид с вершины горы, когда удастся оценить масштабы этой «сетки».

В отличие от мегалитов разгадка феномена проста — так с древних времен на Гоцо добывали соль. Для этой цели на берегу выдалбливали каменную ванночку, заполняли ее морской водой и ждали когда соленая жидкость испарится. После этого со дна соскабливали готовую соль. Если проехать по берегу дальше, можно увидеть современные лунки, поскольку соль из морской воды здесь по-прежнему добывают дедовским способом.

Обязательно стоит посетить бухту Шленди на юго-западном побережье острова. Она глубоко врезается в сушу и обрамлена высокими вертикальными скалами. Бирюзовая вода настолько прозрачна,

что на дне виден каждый камешек и ракушка. Традиционных песчаных пляжей здесь нет. Зато растянуться можно прямо на плоских гладких черных камнях. В воду спускаются по специальным лестницам, поскольку глубина большая даже возле самого берега. Здесь получаешь огромное удовольствие от чистоты воды и неземной красоты пейзажей. Место очень популярно среди дайверов, поскольку под скалами проходит естественный туннель, через который из бухты можно попасть в открытое море. Именно здесь понимаешь, что Гозо — это действительно райский уголок.

>>> «Лазурное окно» скоро может кардинально изменить свой облик. Верхняя часть арки активно изнашивается под воздействием ветра и гравитации, становясь все тоньше. Если перекрытие рухнет, «окно» перестанет быть таковым.

Больше увидеть

Больше сделать

Больше вспомнить

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

ICS TRAVEL GROUP +356 202706 «ДОБРЫНИНСКАЯ» (495) 748-4847 (мн.) www.icstravel.ru	ВАНД ИНТЕРНЭШЛ ТУР +373 011881 «ТВЕРСКАЯ» (495) 780-3661 www.vand.ru	ДИАЛОГ +373 012043 «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ» (495) 730-2022 (мн.) www.maltaresort.ru	ИНСАЙТ-ПИНГВА +373 010842 «НОВОСЛОБОДСКАЯ» (495) 795-0122 www.i-l.ru
МЕЛИТА ТУР +373 011106 «АРБАТСКАЯ» (495) 411-9032 www.maltatour.ru	МИЛЛЕНИУМ ВОЯЖ +373 012026 «БАУМАНСКАЯ» (495) 640-1181 www.mvoyage.ru	СОЛВЕКС-ТРЭВЭЛ +373 0100681 «КРОПОТКИНСКАЯ» (495) 956-1418 www.solvex.ru	СТБ ТУРС +373 010866 «ДОСТОЕВСКАЯ» (495) 638-5333 www.stbtours.ru
ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС-МФ +373 000786 «НАГАТИНСКАЯ» (495) 961-2725 www.travel-express.ru	ТРЭВЕЛМАРТ +373 011880 «ТАГАНСКАЯ» (495) 835-8330 www.mymalta.ru		

Мальта - не просто отдых!
MALTA IS MORE
www.visitmalta.com

МАЛЬТА



Штиль на фоне шторма

Массовый уход туроператоров-банкротов с рынка в той или иной степени повлиял на все сферы отечественной туристической индустрии. Сегмент морских круизов в силу своей специфики пострадал менее остальных, однако волна недоверия к турфирмам со стороны клиентов не обошла его стороной.

ТЕКСТ
СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

ВОЛНУЕТСЯ РАЗ, ВОЛНУЕТСЯ ДВА...

По словам коммерческого директора компании «Магазин круизов и путешествий» Дарьи Оуэнс, летние банкротства операторов вызвали настороженность и нервозность у туристов. «Многие интересовались, все ли у нас в порядке, некоторые даже приходили в офис, чтобы лично в этом убедиться, — рассказывает она. — Чтобы успокоить клиентов, мы сделали специальную рассылку, в которой объяснили принцип своей работы, заключающийся в четких и прозрачных финансовых взаимоотношениях с поставщиками. Те, кто продолжали терзаться сомнениями, могли самостоятельно проверить наличие брони напрямую на сайте круизной компании». «Круизные туристы всегда защищены: даже если что-то случится с туроператором, они всегда смогут зайти в личный кабинет на сайте круиз-

ной компании, распечатать бронь и отправиться в морское путешествие, — поясняет начальник круизного отдела компании «Бриз Лайн» Илья Милитицкий. — Летние события взволновали рынок, и по итогам сезона он недосчитался части потенциальных клиентов. Тем не менее летними продажами мы довольны. Лидерами спроса стали наши уникальные круизы по Японии. Точной статистики пока нет, но, по ощущениям, количество бронирований увеличилось на 10–15% по сравнению с прошлым годом. Это хороший результат, хотя мы ожидали большего роста».

Директор по PR и маркетингу компании «Виа Марис» Елена Карманова не столь оптимистична. По ее словам, продажи в этом году были очень нестабильными. «До Олимпиады мы работали в штатном режиме, потом ход бронирований замедлился. Весной из-за ухудшения ситуации на Украи-

не, введения санкций и запрета на выезд некоторым категориям наших граждан, возникло ощущение, что летний сезон может быть потерян. Однако продажи стабилизировались, и вплоть до июля они шли довольно неплохо, — отмечает она. — Уход с рынка «Невы» нас практически не затронул, но когда о невозможности исполнить свои обязательства заявил «Лабиринт», в нашем офисе наступила полная тишина: не было ни заявок, ни звонков, ни клиентов. К счастью, этот тяжелый период закончился, и спрос выравнивался, но он не смог компенсировать потерь, которые произошли из-за августовского затишья. В итоге последний месяц лета продемонстрировал падение продаж на 30%».

КРУИЗЫ НА СКОРУЮ РУКУ

«Круизные туристы — это особая каста путешественников, — уверена Дарья Оуэнс. — Это люди, которые всегда бронируют свой отдых заранее, понимая, что, во-первых, это выгоднее, а во-вторых, если вовремя не поторопиться, то мест на желаемом круизе может уже и не быть». Действительно, для круизного сегмента всегда была характерна большая глубина продаж, но в этом году ситуация изменилась.

«В этом году мы наблюдаем значительное увеличение «коротких» продаж с датой выезда на ближайшие недели. Растет число туристов, покупающих круизы last minute. Поэтому, по нашим оценкам, средняя глубина продаж будет сокращаться», — прогнозирует Валентин Елисеев, генеральный директор компании «Нептун».

Эту тенденцию подтверждает Елена Карманова: «Мы никогда не продавали круизы сегодня на завтра. В этом году все иначе — люди бронируют программы в последний момент и на ближайшие даты. Конечно, есть те, кто покупает круизы на конец 2015 года, но в целом глубина продаж сильно просела».

КРУИЗЕРЫ В ОЖИДАНИИ КУРСА

Падение курса рубля притормозило ход бронирований круизных программ, а также повлияло на предпочтения клиентов, — отмечают туроператоры. «Туристы заняли выжидательную позицию. К нам поступает достаточно много обращений и звонков, однако с реальными бронированиями люди не торопятся», — говорит начальник отдела продаж компании «Нептун» Александр Горбунов. «Рост курсов основных валют привел к подорожанию круизов, поэтому сейчас туристы стараются экономить и выбирают варианты подешевле», — отмечает Елена Карманова. — Из-за падения рубля ноябрьские продажи продемонстрировали отрицательную динамику».

По словам Дарьи Оуэнс, ноябрь никогда не отличался бурными продажами. «Но сильного отставания от прошлого года мы не наблюдали, — констатирует эксперт. — Когда курсовые колебания только начались, туристы, наоборот, активизировались. Они поняли, что в условиях падающего рубля выгоднее купить круиз сейчас, а не откладывать это на потом. В итоге глубина продаж в нашей компании достигает августа и сентября 2015 года».

Довольны продажами и в компании Pac Group. «Круизные продукты показывают стабильный рост продаж. В этом году, отмеченном значительным проседанием спроса на массовых направлениях, продажи морских круизов остаются на уровне 2013 года. По состоянию на октябрь они продемонстрировали лишь 4%-ный спад», — рассказывает генеральный директор Pac Group Илья Иткин.

И КОГДА НА РЫНКЕ КАЧКА

По свидетельству Ильи Милитицкого, несмотря на все негативные факторы, россияне не готовы отказываться от круизных поездок: «Сейчас в нашей компании хорошо реализуются круизы на высокие даты — Новый год, детские каникулы (конец марта — начало апреля), майские праздники. Причем Новый год продается даже лучше, чем в прошлом году. А вот динамика продаж круизов с января по начало марта отстает от уровня прошлого года». Лидерами спроса в компании «Бриз Лайн» являются новогодние круизы по Юго-Восточной Азии, в частности, 11-дневный круиз на лайнере Sapphire Princess 5* из Сингапура. На втором месте по популярности — круизы по Карибскому бассейну, на третьем — круизы по Южной Америке. «Спрос на круизные программы по Южной Америке высок, но из-за неподъемной стоимости авиаперелета (в Новый год она составляет около 80 тысяч рублей на человека), далеко не все могут себе позволить такое путешествие», — поясняет эксперт. В «Виа Марис» этой зимой наиболее востребованы круизы по Средиземному морю, Юго-Восточной Азии и Персидскому заливу. В «Магазине круизов и путешествий» самый популярный круиз — «Западные Карибы в новогодние каникулы» на лайнере Oasis of the Seas 5*. Также среди лидеров — круизы по Юго-Восточной Азии и круиз «Новый год в Арабских Эмиратах» на лайнере Costa Serena 5*. «Спрос на Новый год в целом соответствует прошлогоднему. Если говорить о традиционно популярных круизах по Средиземному морю, то здесь продажам мешают сильно возросшие цены на авиабилеты в Европу. Интерес к экзотике — круизам по Карибскому бассейну, Юго-Восточной Азии и Персидскому заливу — очень высок», — говорит Александр Горбунов.



« В этом году, отмеченном значительным проседанием спроса на массовых направлениях, продажи морских круизов остаются на уровне 2013 года. По состоянию на октябрь они продемонстрировали лишь 4%-ный спад >>>

ИЛЬЯ ИТКИН

Генеральный директор Pac Group

« Спрос на новогодние круизы в целом соответствует прошлогоднему. Если говорить о традиционно популярных круизах по Средиземному морю, то здесь продажам мешают сильно возросшие цены на авиабилеты в Европу >>>

АЛЕКСАНДР ГОРБУНОВ

Начальник отдела продаж компании «Нептун»



Меняющаяся Латвия

В условиях, когда по разным причинам взаимные турпотоки в приграничных странах порой снижаются, особенно важно развивать проекты, которые позволяют поддерживать туризм по обе стороны границы. В этом уверена руководитель Балтийского отделения Российского союза туриндустрии **ИЛОНА АНСОНЕ**. В эксклюзивном интервью «ТБ» — о тактике и стратегии эффективного партнерства.



»»» Авиакомпания AirBaltic открыла регулярные рейсы из Риги в московский аэропорт Внуково. Они выполняются 5 раз в неделю (кроме выходных) на самолетах Bombardier Q400 NextGen. Вылет из Риги — в 12.55, прибытие в Москву — в 15.40. Обратный вылет — в 16.25, прибытие в Ригу — в 17.20 (по местному времени). В настоящий момент AirBaltic выполняет рейсы из Риги во все три московских аэропорта.

Илона, как развивается сотрудничество в сфере туризма в балтийском регионе?

Приграничное сотрудничество в сфере туризма между Россией и другими странами, несмотря на временные сложности, продолжает развиваться сразу в нескольких направлениях. Первое — развитие трансграничных маршрутов, создание которых нередко финансируется с участием еврофондов, выделяющих достаточно большие деньги на реализацию проектов. Недавно, к примеру, финишировал проект «Зеленое культурное наследие», в рамках которого создан замечательный маршрут, объединяющий в единый тур регионы России (Ленинградскую и Псковскую области), а также Эстонию и Латвию. Стоит учесть, что помимо создания интересных маршрутов в этом случае можно получать какие-то средства и на инфраструктуру — на воссоздание усадеб и прочие потребности.

Второе направление — развитие сотрудничества между бизнес-структурами сферы туризма. Оно, безусловно, взаимовыгодно хотя бы потому, что китайцу или японцу вряд ли будут интересны страны Балтии или какие-то прибрежные российские регионы Балтики в отдельности — скорее всего, такой турист пожелает познакомиться с большей их частью в одной поездке. Поэтому линия на совместное продвижение турпродукта, на тесные контакты между участниками рынка в странах, расположенных на берегах Балтики, — совершенно правильная. Иначе мы свой турпродукт третьим странам не продадим.

Нам есть чему друг у друга поучиться. В последние годы туризм в странах Балтии прошел большой путь, и в отдельных направлениях (система ТИЦ, гастрономический и сельский туризм) мы могли бы поделиться успешным опытом с коллегами из России. Если учесть, что за изучением этого опыта не надо ехать за тридевять земель, а знания можно получать на родном языке — это несомненный плюс. В других вещах нам интересен опыт России, поэтому тесное сотрудничество в этом направлении тоже взаимовыгодно.

Что можно сказать о турпотоке из России в Латвию? В последние годы российский турпоток стабильно увеличивался. В 2013 году прирост составил около 20% по ночевкам в отелях (702 тысячи) и 33% по количеству прибытий в аэропорт Риги (310 тысяч). За шесть месяцев 2014 года число гостей из России в гостиницах и других объектах размещения выросло на 12,5%.

Надеюсь, по итогам года если и будет снижение, то минимальное, несмотря ни на что. Во-первых, потому, что в Латвии проходит довольно много интересных событий, ведь Рига — культурная столица Европы 2014 года. В июне, например, состоялась Всемирная олимпиада хоров. Но самое главное, что мы с Россией соседи, то есть близкая Европа. И, что бы ни происходило на политическом уровне, к туристам из России в Латвию относятся очень дружелюбно, это подтвердит каждый, кто хоть раз у нас побывал.

Около 40% рижан — русскоязычные. Русский язык не только не исчезает из нашей столицы, он все шире рас-

пространяется, его изучают — мы ведь очень дорожим российскими туристами. Да и всю документацию предоставляем, при необходимости, на русском языке.

Нынешняя ситуация в российском турбизнесе на спрос повлияла? Точно могу сказать, что на спрос влияет курс евро. Хотя и здесь сказывается соседство наших стран — проезд не так уж подорожал. Да, ушли с рынка некоторые наши российские партнеры. Но ведь статистика учитывает не только организованных, но и самостоятельных туристов. А таковых к нам едет очень много. На ноябрьские праздники на рижских парковках было множество машин с российскими номерами — у отелей, у супермаркетов, у объектов культуры. Не случайно российский рынок сегодня — это 25% объема въездного турпотока в Латвию.

Думаю, в ближайшее время мы будем расти, в первую очередь в сегменте семейного туризма. Очень перспективны медицинский и оздоровительный туризм. И не только благодаря тому, что у нас привлекательное соотношение цены и качества услуг. Врачи и медперсонал говорят по-русски, все предписания выдают пациенту на его родном языке, а это — экономия на переводчике и возможность общения с докторами напрямую. Наша «молодость» в европейской зоне, наше постоянное обновление — очень большое преимущество. А чтобы люди к нам активно ездили не только из западных и центральных российских регионов, авиакомпания Air Baltic, например, прорабатывает транспортные схемы, связывающие Ригу с другими направлениями по всему миру.

Что могут сделать российские туроператоры, чтобы предотвратить уход клиентов в «самостоятельное плавание»? Например, использовать рост популярности комбинированных туров — по Эстонии, Латвии и Литве — со стартовой точкой в Риге. Здесь все рядом, за 7–10 дней можно осмотреть сразу три страны, не тратя время на длинные переезды. То есть лучшие перспективы, мне кажется, имеют сложные турпакеты, поскольку далеко не все самостоятельные туристы смогут сформировать для себя такое путешествие. Туроператор нужен клиенту в качестве организатора необычной, нестандартной программы, такого «комплексного обеда», который он не в состоянии приготовить сам. Тут и необычные дегустации, и спа-услуги, и медицинские обследования, и детские развлечения. Отдых, экскурсии, посещение фестивалей и музыкальных праздников должны быть в одной «упаковке». За таким продуктом, позволяющим, условно, за пять дней попробовать и то, и другое, и третье, клиент в турфирму придет. За простеньким — не придет. При этом в каждом турпакете должно быть нечто особенное. Именно такие изюминки мы старались показать участникам прошедшего недавно Латвийско-Российского туристического форума.

Это было мероприятие для туроператоров, которые предлагают туры в Латвию?

И для туроператоров, и для турагентов, которые общаются непосредственно с туристами. Мы старались сделать форум полезным и тем, кто уже предлагает наше направление, и тем, кто только подумывает об этом. К нам приехали более 70 туроператоров, турагентств и журналистов из Екатеринбурга, Ижевска, Петрозаводска, Тольятти, Томска, Углича, Челябинска. Конечно, были Москва и Петербург. Мы показали им не только Ригу, но и другие города — привлекательные, с отличной туристической инфраструктурой. Это, например, Юрмала, Вентспилс, Кулдига, Лиепая и еще нескольких небольших городов. Вентспилс — великолепное место для отдыха с детьми, такая игрушечная страна в стране со своими «деньгами», оригинальными развлечениями для семей. Можете себе представить: 40-тысячное население и 2 миллиона посетителей сайта о Вентспилсе в год.

Форум показал, что некоторое волнение в латвийской туристической индустрии в связи с экономической ситуацией в России наблюдается, но паники-то нет. У нас есть что предложить туристам с самыми разными материальными возможностями. Надо просто продолжать движение — открывать, например, новые темы, подобные Вентспилсу. Нужно находить новых партнеров в российских городах. И если на форум приехало так много участников из российских регионов, значит, формат мероприятия выбран верно. Это общение обязательно продолжится. Мы рассматриваем два варианта для следующего форума — либо гастрономический туризм, либо оздоровительный, это сейчас трендовые темы. Но в любом случае планируется комбинированная поездка — с посещением Латвии и Литвы.

Есть ли некое разделение сфер влияния в турбизнесе Латвии: это — русскоязычные фирмы, а это — чисто латышские?

Никак они сейчас не разделяются. В компаниях, которыми владеют латыши, как правило, есть русскоговорящие сотрудники — если бизнес ориентирован и на российский рынок. А русские бизнесмены принимают на работу профессионалов-латышей. Для бизнеса важен один реальный критерий — это прибыль. Нашему турбизнесу выгодны российские клиенты: они оставляют в стране за время пребывания в полтора раза больше денег, чем, например, европейцы. Мы постоянно работаем над подачей информации для разных рынков. Для россиян она одна, для китайцев — другая, для европейцев — третья. Участвуем в самых разных международных туристических выставках. Следим за ситуацией в целом. И сейчас понимаем: надо меняться. Так, как прежде, уже не будет. Близость, доступность, открытость, безопасность, многогранность — те акценты, которые ныне следует четко формулировать для нашего направления. Надеюсь, это понимают и российские туроператоры. А встряска на рынке должна пойти ему только на пользу.



«<< Что касается сотрудничества в сфере туризма в балтийском регионе, на мой взгляд, надо стараться реализовывать сразу несколько проектов: практика, показывает, что из десятка потенциально успешных «выстреливают» один-два. При этом ориентировать их стоит на разные сегменты аудитории, разделяя ее по возрастным и прочим критериям. Ведь может оказаться так, что одним придется по душе обширная культурная программа, а другим потребуются драйв и интерактив. Расширяя спектр совместных программ, мы расширяем выбор для потенциального клиента — и это тоже в общих интересах >>>

ИЛОНА АНСОНЕ

Вкус радости

«Что такое патриотизм, если не вкус пищи твоего детства?» – говорит **ЛЕОНИД ГЕЛИБТЕРМАН**. Собеседник «ТБ» – крупный эксперт эногастрономического рынка России, путешественник, который умеет рассказать о кулинарных традициях разных стран мира.

БЕСЕДОВАЛ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН



»»» Развитие внутреннего гастрономического туризма в пределах России сильно поможет въездному процессу такого же профиля. На это был нацелен первый международный форум-фестиваль «Перспективы развития гастрономического туризма в России», который прошел в Великом Новгороде с большим успехом. Хлынули заявки от регионов на организацию этого мероприятия в 2015 году.

Леонид, кто вы в своем собственном восприятии? Вариантов ответов много, но самый смешной принадлежит моей младшей дочери. Когда она проходила собеседование для поступления в первый класс, на вопрос, кто твои родители, ответила так: мама – ландшафтный дизайнер, папа – алкоголик. Помню, классная руководительница смотрела на меня на собрании с сочувствием. Так дочка трансформировала мою шутку о том, что я профессиональный... вот тот самый. Президент Союза виноградарей и виноделов России Леонид Попович недавно охарактеризовал меня как неплохого международного коммуникатора – в нашей профессиональной области, прежде всего. Видимо, это близко к истине.

Откуда вы пришли в эту среду? Есть немалый опыт муниципального управления – в области развития бизнеса и внешнеэкономических связей, есть десятилетний стаж работы исполнительным вице-президентом крупнейшего российского импортера алкоголя. Когда дело подошло к пятидесяти, задал себе вопрос – хочу ли продолжать существование в золотой клетке или пора отвечать за свои мысли, ошибки и успехи самому. Непростая дилемма. В итоге на моей сегодняшней визитке значится: «президент Международного эногастрономического центра». По российской шкале центр – это частное предприятие малого бизнеса. Ему по плечу, однако, проекты и федерального, и международного уровней. Направлений деятельности несколько. Есть образовательные проекты – и для профессионалов, и для любителей. Могу с гордостью сказать, что мы являемся российским провайдером самых уважаемых курсов в мире – Wine&Spirit Educational Trust. Первые два уровня сертифицированы на русском языке, третий, профессиональный, дается только по-английски. С дипломом



этих курсов вас возьмут на работу в любую алкогольную компанию с большим удовольствием. Свыше ста наших выпускников успешно работают в России, Казахстане, на Украине, другие получили приглашения из-за рубежа.

Еще по этой теме: я преподаю для уровня Executive MBA – это международное бизнес-образование для топ-менеджеров и собственников бизнеса – в нескольких вузах. Без знания и навыков в этой области контакты и переговоры наших деловых людей с партнерами, особенно зарубежными, могут многое потерять в качестве и результатах. Еще один курс – «Алкоголь как один из деловых инструментов руководителя».

А что это вообще – алкоголь? В моем понимании – повод для радости.

Алкоголь принес много горя человечеству.

Учиться надо тому, чтобы получать удовольствие от процесса, а не от последствий. Чем мы отличаемся от европейцев и американцев в этом отношении? Они запивают – мы закусываем. Когда я пришел в отрасль в конце 1990-х годов, людей в России, которые пили вино, была горстка. К сегодняшнему дню винная культура в городах проросла и окрепла, и я являюсь безудержным оптимистом относительно ее дальнейших перспектив. Суммируя, скажу: замена привычки населения к крепкому алкоголю на менее крепкий – к тому же ответственная государственная задача, и многие страны успешно этот путь проходят. За последние годы российские вина получили больше сотни медалей на самых крупных и престижных конкурсах мира. Так что перспектива есть.

Чем еще занимается ваш центр? Больше всего времени и деловых энергозатрат приходится на такой род деятельности, как продвижение в России напитков и продуктов из разных стран. Например, в ноябре в Екатеринбурге состоялся первый региональный португальский эногастрономический салон. На нем побывали и рестораторы, и кависты — продавцы элитных вин, и продвинутые потребители. Приехал португальский шеф-повар из Лиссабона — впервые. Таких событий за нами немало. Иногда продвигаем всю страну как туристическое направление, показывая ее через национальную кухню, — так было с Индонезией, Филиппинами, Сингапуром.

Переменим тему. Путешествует лоза, путешествует вино, радуя людей, странствуют и сами люди. Что для вас такое — передвижение по белому свету? Прежде всего, способ открыть в самом себе какие-то новые черты и качества. Интересно за собой наблюдать, как я себя поведу под другими небесами. Личным достижением считаю поездку на остров Пасхи, самый удаленный из населенных людьми островов мира.

Там существует алкоголь? Еще как. Это страшная смесь рома с колой и льдом.

«Пасха либре»? Просто бурда, честно говоря. Но если перейти к гастрономии, у них ловится изумительный тунец, непревзойденный. Говоря в целом, я верю, что в каждой стране мира есть напиток, который может быть интересным. И если у меня появляется возможность, всегда ишу новый вкус.

Где вы бываете чаще всего? Там, где мне комфортно. Это Порту. Самора и Авила. Барселона. Лондон. Недавно открыл для себя Брюгге. Сан-Франциско. Все перечисленное не обязательно связано с профессиональными заботами и интересами. В России? Несколько лет работал в Санкт-Петербурге, и этот город всегда остается в сердце и душе. Казань. Ростов-на-Дону. Примерно одну неделю из каждого месяца я в пути. Куда пока не хватило времени доехать — это Австралия и Новая Зеландия, хотя винных мероприятий от имени этих стран организовал немало.

Как известно, у вас с Ростуризмом возникла идея организации первого зарубежного фестиваля, посвященного перспективам гастрономического туризма в Россию.

Да, планируется сделать нечто зеркальное тому, что делали до сих пор: показать российскую гастрономию, в том числе региональную, за границей. Первой ареной такого действия должна стать Испания. Проект поддерживает Всемирная туристская организация — ее штаб-квартира, ко всему прочему, находится в Мадриде. Есть шанс, что мероприятие осуществится весной 2015 года.

Теперь взглянем на оборотную сторону вашей визитки: «председатель московского (национального) отделения международного общества любителей вина и высокой кухни»... Да, оно основано в Лондоне после Второй мировой войны, действует в полусотне стран, в том числе и у нас. Главный бонус члена общества — участие в дегустациях и других эногастрономических мероприятиях в кругу единомышленников. И в своей стране, и когда путешествуешь по свету.

Еще титулы: «международный судья по белым спиртам — International Spirits Challenge, London», «международный судья категории «В» Всемирной ассоциации сообществ поваров — WACS»... International Spirits Challenge — самый большой дегустационный конкурс в мире: в лучшие годы в нем участвуют более 10 тысяч вин и дистиллятов. Роберт Джозеф, его учредитель — мой давний приятель. Езжу туда судить почти каждый год. Но это, так сказать, почетная даже не обязанность, а возможность: не только абсолютно безвозмездная, но еще и предполагающая полную оплату тобой всего путешествия. Судейство в WACS начал в этом году: прошел их платные курсы, получил категорию, все как полагается. Очень сложное, скажу я вам, пространство: формальных параметров, по которым оценивается выступление повара на международных чемпионатах, — невероятное количество.

О просветительском профиле вашей деятельности: изданные вами книги, должно быть, уже разошлись? Та, что вышла в 2002 году, «Винная азбука», хотя и переиздавалась, давно распродана. А вторая — это относительно свежая история, 2012-й год: тот же издатель подбил. Называется «Большая книга гурмана-путешественника», ее тоже уже не достать. Идея была такая: с точки зрения российского путешественника попытаться рассказать тем, кто едет далеко, что там есть и пить.

Вместе с цифровым каналом «Телекафе» мы начали снимать сериал «Путешествие за вкусом». Вышли две грузинские серии — традиции застолья и монастырская еда, на очереди — грузинские вина. Второй объект — Швейцария: снимали там сбор урожая нынешней осенью, весной будем доснимать основную часть. В этом проекте мне отведена роль идеолога, а также ведущего.

Знаменитому винному критику, отдавшему жизнь изучению древнейшего напитка, приписывают такой афоризм: «Самое лучшее вино — то, которое вам нравится». Согласны? Полностью. Только рискнул бы добавить к этой формуле еще два слова: «...именно сейчас».



>>> Wine&Spirit Education Trust (WSET) считается одной из лучших в мире винных школ. Она предлагает курсы разного уровня сложности как для профессионалов алкогольного рынка, так и для любителей вина и крепких алкогольных напитков. Школа WSET была основана в 1969 году в Великобритании, на сегодняшний день ее отделения открыты в 53 странах мира. Дипломы и сертификаты этого учебного заведения — одно из самых весомых подтверждений профессиональной квалификации сотрудников алкогольных компаний, сомелье и кавистов.

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

ПРОЕКТ Destinations

Чехия, Франция, Италия, США, Швеция, Шотландия, ОАЭ и другие страны. Особенно активно мы работаем на немецком направлении. Ежегодно выходят тематические выпуски, посвященные Баварии, Баден-Вюртембергу, Берлину, Гамбургу, Кёльну, Саксонии, Франкфурту.

За минувшее время под флагом Destinations вышли свыше 170 печатных изданий, около 120 из них — по заказам зарубежных национальных туристических организаций, общим тиражом более 1,5 млн экземпляров. С их PDF-версиями можно ознакомиться на нашем сайте www.tourbus.ru под кнопкой «Архив тематических выпусков».

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

Мы готовы к сотрудничеству.

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



САКСОНСКИЕ МОТИВЫ

Он-лайн проект

Партнер — туристическая организация *Tourismus Marketing Gesellschaft mbH*



ШВЕДСКИЙ КРАЙ СКОНЕ — СКАНДИНАВСКАЯ РИВЬЕРА

Объем 84 полосы

Партнер — российское представительство туристической организации *VisitSweden*



МОСКВА — МЕСТО ВСТРЕЧИ

Объем 16 полос

Партнер — Автономная некоммерческая организация «Конгрессно-выставочное бюро города Москвы»



ВАШ ГИД ПО СИНГАПУРУ

Объем 72 полосы

Партнер — Совет по туризму Сингапура в России и странах Восточной Европы



Mitt

Весь мир. Одна выставка.



22-я Московская международная выставка ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

Получите бесплатный билет на выставку на сайте:

www.mitt.ru

18–21 марта 2015

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»



MITT – это:

- 2 056 компаний-участников
- 203 страны и региона мира
- 37 436 уникальных посетителей
- 57 737м² выставочной площади
- 9 павильонов и залов

Организатор:



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

Ежегодная официальная поддержка:



Министерство
Культуры РФ



Совет
Федерации РФ
Правительство РФ



Государственная
Дума РФ



Правительство
Москвы



Российский
Союз
Туризмострой