

Турбизнес

Travel Trade Russia

КАК ПРОЖИТЬ НА РУБЛЬ

«АЭРОФЛОТ» & СО.
ОТМЕНИЛИ АГЕНТСКИЕ
КОМИССИИ

ВИДЫ НА КРЫМ

ГОСТИНИЧНАЯ БАЗА
ПОЛУОСТРОВА:
ЦЕНА ИЛИ КАЧЕСТВО?

УХОДЯЩАЯ НАТУРА ОСТАЕТСЯ

КАК ВЫГЛЯДИТ
УИКЕНД-ТУР XXI ВЕКА

главная тема

ВСЛЕД ЗА КУРСОМ

КАК ИЗМЕНИТСЯ
РОССИЙСКИЙ ТУРБИЗНЕС
В 2016 ГОДУ



При поддержке
Федерального
агентства по туризму



ФЕСТИВАЛЬ КРУИЗОВ

ВПЕРВЫЕ!

МОСКВА, 5 АПРЕЛЯ 2016 Г.
«МАРРИОТ НОВЫЙ АРБАТ»

- ▶ Морские круизы
- ▶ Речные круизы по России
- ▶ Речные круизы по Европе
- ▶ Круизы на паромках
- ▶ Люксовые круизы
- ▶ Экзотические круизы
- ▶ Бронирование круизов

УЧАСТИЕ:

(495) 723-72-72
i.ilina@tourbus.ru
Ирина Ильина

РЕГИСТРАЦИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ:

www.tourbus.ru/Cruise-Festival.php

Организатор **to events**
TOURBUSINESS

Партнер **ОДЫХ**
Home of Tourism

ДЕРЖИМ ПРАВИЛЬНЫЙ КУРС!

Главный редактор Софья Константинова
s.konstantinova@tourbus.ru

Дизайнер Юрий Киян

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян
Константин Исааков
Георгий Осипов
Александра Полянская
Владимир Сергачев
Анна Юрьева

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 9 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации 017214 от 20.02.1998.

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

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

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

Исполнительный директор Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

Заместитель генерального директора Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

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
L.sivova@tourbus.ru
Елена Архипова
Кристина Сивова
workshop@tourbus.ru

Отдел ТБ-Events
Руководитель Ирина Ильина
i.ilina@tourbus.ru

Сайт www.tourbus.ru

Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»
Лариса Мартынова

BUSINESS TRAVEL
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «ТУРБИЗНЕС»

Главный редактор Александра Загер
a.zager@tourbus.ru

Destinations
ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

Пять звезд

Главный редактор Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Турбизнес
на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

© ООО ИД «Турбизнес»

В НОМЕРЕ

2 СОБЫТИЯ

- Туризм как нацпроект
- «Россия» – вторая по величине
- С нами – хоть в космос
- Все о путешествии в Дубай — для профессионалов

- Уходят «нишевики»
- Интерес – взаимный
- Встретимся на «Интурмаркете»!
- Успех при любых обстоятельствах

10 АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

Выстоять вместе

ТЕМА НОМЕРА

14 ПУТЕВКА ПО РАСЧЕТУ

Каким будет наступивший год для туристической индустрии: делаем прогнозы

20 ДОСТУПНА КАК НИКОГДА

Все интуристы в гости к нам: новые перспективы въездного туризма

22 ТРАНСПОРТ

Как прожить на рубль

ГОСТИНИЦЫ

24 Виды на Крым

28 Фокус-открытие

30 ТЕХНОЛОГИИ

Полет нормальный

32 РЕГИОНЫ РОССИИ

Уходящая натура остается

РЫНКИ

36

Каталония без спешки

38

Эмираты: новые горизонты

41

Превосходя ожидания

42

За здоровьем на древнейшую землю

44

Возвращение в юго-восточный рай

46

Прочное место под солнцем

47

VIP-КЛИЕНТ

Валерия Ланская

Музеи, выставки, блошиные рынки





Туризм как нацпроект

Министр культуры РФ Владимир Мединский предложил придать статус национального проекта развитию въездного и внутреннего туризма в России. Об этом он заявил на дискуссионной площадке съезда «Единой России». По словам министра, «задача приоритетного развития внутреннего и въездного туризма требует комплексных межотраслевых, межведомственных усилий».

«Туризм — это отрасль с мощным культурным, просветительским и воспитательным потенциалом, поскольку российская идентичность неразрывно связана с ощущением огромности русских просторов, яркостью народных традиций, многообразием историко-культурных памятников. В настоящее время внутренний туризм растет быстрее, чем любая другая отрасль в экономике, и дает устойчивый рост не менее 20% ежегодно», — подчеркнул Владимир Мединский.

«Россия» — вторая по величине

Группа «Аэрофлот» объединит своих перевозчиков — «Россию», «Донавиа» и «Оренбургские авиалинии» — во вторую по величине авиакомпанию страны, которая будет носить название «Россия». Компания будет перевозить порядка 10 млн пассажиров в год и обладать флотом из 74 воздушных судов. По данным СМИ, почти половина самолетов нового авиаперевозчика достанется ему по наследству от ушедшей с рынка «Трансаэро». Конкурентами «России» будут ее «соседи» по ценовому сегменту: «ЮТэйр», S7 и «Уральские авиалинии». Эксперты пока не берутся прогнозировать последствия такого решения. «Многое будет зависеть от стратегических решений, работы менеджмента», — считает Борис Рыбак, генеральный директор консалтинговой компании «Инфомост».

Не стало Сергея Трофимова

27 января в Петербурге скоропостижно скончался президент компании «РЕСТЭК» Сергей Трофимов, которого по праву считают одним из лучших организаторов и экспертов в сфере российского выставочного и конгрессного бизнеса.

В сфере выставочного бизнеса он активно работал начиная с 1980 года, когда занял должность начальника отдела в «Ленэкспо». Через 10 лет стал основателем входящего в тройку крупнейших предприятий «РЕСТЭК», которое возглавлял до последнего времени. Его коллеги констатируют: он вел большую организаторскую работу, а кроме того, был одним из создателей концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности в России и огромное внимание уделил появлению в стране ее стандартов и основ подготовки профильных специалистов.



+4,4%

(1,18 млрд человек)
совершили международные путешествия в 2015 году*

+4%

ожидаемый рост
мирового турпотока
в 2016 году

* по сравнению с 2014 годом

Источник: Всемирная туристическая организация (UNWTO)

ФЦП по туризму — снова критика

Из десяти туристических кластеров, которые, согласно ФЦП по развитию туризма в России, в 2014 году уже должны были начать работать, не завершен ни один. «С 2011 по 2015 год в рамках программы по созданию 36 туристических кластеров было выделено 14 млрд рублей. Планировалось, что к концу 2014 года заработает 10 кластеров, однако к началу 2015 года не закончено комплексное создание ни одного из них, сроки перенесены на 2016–2017 годы. При этом на счетах субъектов осталось более 2 млрд руб. субсидий еще с 2014 года», — заявил в ходе правительственного часа в Госдуме аудитор Счетной палаты РФ Александр Филипенко. Он считает, что необходимы «более действенные контроль и координация программы всеми ее участниками, а также более тесное взаимодействие Ростуризма с региональными властями».

С нами — хоть в космос

Более 40 туроператоров, 26 из которых — российские, получают официальную возможность организации турпоездок на космодромы Байконур и Восточный. Реестр туристических компаний был сформирован Центром эксплуатации объектов наземной космической инфраструктуры («Космодромы России»). При отборе кандидатов оценивался не столько профиль работы операторов, сколько их финансовая устойчивость, опыт и репутация на рынке.

В пул «избранных» вошел туроператор Space Travel. «Проект кажется нам интересным и перспективным. До этого им занимались неупорядоченно. Думаем, что спрос на такие туры будет. Сейчас цена шестидневного тура на Байконур — около 90 тысяч рублей. Единственный минус — небольшой номерной фонд местных гостиниц», — прокомментировал генеральный директор компании Артур Мурадян.



«Джет Тревел»: ставка на ОАЭ

Туроператор «Джет Тревел» решил усилить свои позиции по ОАЭ. «Мы давно продаем Эмираты как индивидуальное направление, но сейчас в связи с ростом спроса, вызванного, в част-

ности, закрытием массовых пляжных направлений Египта и Турции, приняли решение расширить свое присутствие в этом регионе», — сообщил Максим Приставко, заместитель генерального директора компании.

Оператор планирует предлагать пакетные туры, сформированные на базе регулярных перевозок авиакомпаний Emirates и «Аэрофлот», и будет сотрудничать с flydubai и Air Arabia. Также ассортимент туроператора пополнится комбинированными круизными турами по ОАЭ.

«Мы не рассчитываем на большие поточные объемы: по большому счету мы продолжим продавать ОАЭ как индивидуальное направление, но уже на более серьезной основе», — уточнил Максим Приставко.



«Натали»: возвращение в Россию

Туроператор объявил о выходе на рынок внутреннего туризма. Теперь компания предлагает в России

пляжный и горнолыжный отдых, санаторно-курортное лечение, экскурсионные, познавательные и активные туры. В ассортименте «Натали Турс» — Краснодарский край, Байкал, Алтай, Карелия, Золотое кольцо, Татарстан и другие направления, всего — более шестидесяти.

В компании связывают с российским ассортиментом большие планы. «Мы выходим на рынок внутреннего туризма всерьез и надолго», — заявил президент «Натали Турс» Владимир Воробьев. Основные партнеры туроператора — авиакомпании «Уральские авиалинии», Red Wings и S7. «Натали Турс» занималась внутренним туризмом еще в 90-е годы, в начале своей деятельности — тогда она была официальным представителем СКО «Адлеркурорт», продавала путевки в этот регион.

Большое плавание начинается



На фоне сокращения выездного турпотока круизный рынок демонстрирует завидную стабильность. Морские, речные и паромные круизы способны стать «палочкой-выручалочкой» для российских турагентов, которым в условиях резко меняющейся конъюнктуры приходится искать новые перспективные ниши и способы заработка.

Ключевым туристическим мероприятием, способствующим продвижению этого направления, призван стать «Фестиваль круизов», организуемый ИД «Турбизнес» при поддержке Ростуризма. Партнером мероприятия, которое состоится 5 апреля 2016 года в столичном отеле «Марриотт Новый Арбат», выступает выставка «Отдых».

Свое участие в фестивале подтвердили «Инфлот круизы и путешествия», PAC GROUP, «Нептун», «ВИА МАРИС», CruiseLine, «Инфлот Москва», «Мостурфлот» и другие туроператоры. Высокий интерес к мероприятию проявляют сетевые и независимые агентства, FIT-компании, корпоративные клиенты.

В рамках «Фестиваля круизов» состоятся рабочие встречи для специалистов, презентации туроператоров, панельные дискуссии, лотерея и дегустация морской кухни.

www.fourbus.ru/Cruise-Festival.php

Все о путешествии в Дубай — для профессионалов

Деловые семинары и презентации, посвященные туристическим возможностям самого востребованного на российском рынке эмирата ОАЭ, пройдут в течение 2016 года в 18 крупнейших городах России. Устроители roadshow — Департамент туризма и коммерческого маркетинга Правительства Дубая («Дубай Туризм»), «Эмирейтс» и компания Kertzner. Административный организатор мероприятий — ИД «Турбизнес».

РАСПИСАНИЕ ВЕСЕННЕЙ СЕРИИ ROADSHOW:

25 февраля — Пермь	3 марта — Пятигорск	13 апреля — Воронеж
26 февраля — Уфа	5 апреля — Тюмень	14 апреля — Ростов-на-Дону
1 марта — Сочи	6 апреля — Екатеринбург	15 апреля — Волгоград
2 марта — Краснодар	7 апреля — Челябинск	

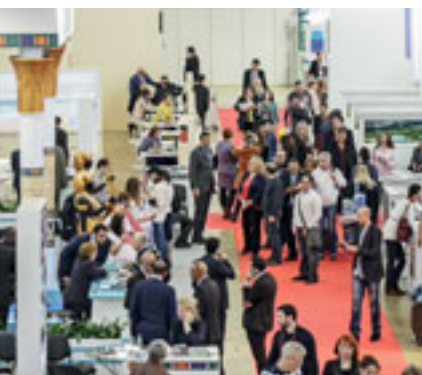
Формат мероприятия в каждом городе: после приветственного кофе-брейка участники roadshow — «Дубай Туризм», «Эмирейтс» и компания Kertzner International, представляющая дубайские отели Atlantis the Palm, One&Only Royal Mirage и One&Only The Palm, — проведут свои презентации. Завершится встреча общением на фуршете.

«Эмирейтс» расскажет о возможностях путешествий в Дубай или транзитом через Дубай по более чем 150 направлениям своей маршрутной сети на 6 континентах из вышеуказанных городов России благодаря сотрудничеству с S7 Airlines. Профессионалы туристического бизнеса узнают о сквозных тарифах авиакомпании, правилах бронирования, партнерстве программ лояльности авиакомпаний, особенностях сквозной регистрации пассажиров, нормах провоза багажа и т.д.

Для проведения презентаций были выбраны города, представляющие наибольший интерес с точки зрения увеличения потока туристов в Дубай. «Наша задача — познакомить представителей регионального турбизнеса с новыми возможностями отправки туристов в Дубай или через Дубай, как и с новыми возможностями отдыха в этом популярном регионе», — отметил директор Представительства ДТКМ в России Сергей Канаев.

Посетить мероприятия и получить достоверную информацию о преимуществах современного, перспективного направления приглашаются руководители туристических компаний, менеджеры и турагенты.

Регистрация на roadshow: fourbus.ru/dubai_rs.php



Борьба за российского туриста на MIFТ 2016

На предстоящей выставке MIFТ / «Путешествия и туризм» развернется нешуточная борьба за туристические потоки из России.

Страны Средиземноморья увеличивают свое присутствие и как никогда масштабно представляют себя на выставке, готовясь анонсировать на ней предложения на весь год. Италия, Испания, Греция, Израиль, Болгария, Кипр забронировали на MIFТ самые большие площади.

Государства Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии также рассчитывают на увеличение турпотока и будут активно продвигать себя на MIFТ. Египет готовится к возобновлению полетных программ из России, на стенде будут работать многочисленные отели и принимающие компании.

Российские курорты и регионы не желают уступать иностранцам и ставят своей целью увеличить число россиян у себя. На MIFТ 2016 значительно увеличивается число региональных участников, почти в полном составе выступают регионы Северного Кавказа, составляя конкуренцию Сочи, Крыму и Алтаю. В павильоне «Россия» практически не осталось мест.

Туроператорские компании представляют предложения как по своим традиционным, так и новым направлениям, которые диктует рынок. В MIFТ 2016 примут участие большинство туроператоров, с которыми работают крупнейшие агентские сети и турагентства по всей стране.

Выставка MIFТ 2016 состоится 23–26 марта в Москве в ЦВК «Экспоцентр».
Бесплатный электронный билет: www.mift.ru

ITB Berlin — 50 лет успеха

Крупнейшая в мире туристическая выставка ITB Berlin в этом году отмечает 50-летний юбилей. В прошлом году в ней приняли участие более 10 тысяч экспонентов из 186 стран мира. В этом году в рамках выставки, которая пройдет с 9 по 13 марта, запланирован конгресс, посвященный тенденциям развития мирового туризма, многочисленные семинары, круглые столы и пресс-конференции.

«По мнению участников, именно ITB приносит наилучшие результаты. Немалую роль в этом играет высокий уровень организации и большая сопроводительная программа выставки», — отмечает Ирина Кейко, руководитель российского представительства компании Messe Berlin.

В этом году на ITB Berlin Ростуризм традиционно сформирует единую национальную экспозицию. Отдельно будет организован совместный стенд Москвы и Санкт-Петербурга. Столичная делегация будет представительнее, чем в прошлом году, — порядка 15 компаний, среди которых — «Интурист», «Мостурфлот», «Спутник», «Тари Тур», отель Crowne Plaza, ЦМТ и другие участники. Санкт-Петербург будут представлять Комитет по развитию туризма, компании «Ника», «Ортодокс», «Коминтур», «Интертаймс», «Инкотур», отель «Достоевский». В стартовый день ITB Berlin состоится пресс-конференция Сергея Шпилько, первого заместителя руководителя московского Департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма.



«Слетать.ру» — туроператор?

Популярный туристический поисковик решил стать туроператором по выездному туризму: менее чем через месяц компания начнет продажи по зарубежным направлениям. Генеральный директор «Слетать.ру» Андрей Вершинин рассказал, что компания будет работать и как традиционный туроператор, и заниматься динамическими турами. Он рассчитывает, что проект выйдет на самоокупаемость к концу года. Эксперты скептически восприняли решение компании. Так, Сергей Агафонов, генеральный директор «Сети магазинов горящих путевок», считает, что сейчас оперейтинг вряд ли может принести доход.



Уходят «нишевики»

Туроператорский рынок продолжает сжиматься, и происходит это в первую очередь за счет небольших компаний. В середине января о невозможности исполнить договоры о реализации турпродукта объявил оператор «Азия-Турс», который предлагал индивидуальные туры во Вьетнам, Камбоджу, Малайзию, Индонезию, Китай и другие страны. Туристы от приостановки деятельности не пострадали. По мнению Елены Малышевой, руководителя направления Юго-Восточной Азии компании «Чайна Тревел», решение «Азия-Турс» связано с «не совсем правильной маркетинговой политикой и, конечно, колоссальным спадом турпотока, составляющим сейчас порядка 50–60%». Позднее стало известно об уходе с рынка другого «нишевика» — столичного туроператора «Арт Трэвел Студио», также специализировавшегося на турах в ЮВА.

Crown Tours Maldives приглашает

Презентация направления Мальдивские острова пройдет в Москве 9 марта 2016 года. Организатор мероприятия — компания Crown Tours Maldives (DMC), один из лидеров современной туристической индустрии Мальдивской Республики.

Crown Tours Maldives была основана в 1985 году и является дочерней компанией Crown Company Pvt. Ltd. — одного из самых авторитетных предприятий на Мальдивах. Компания работает с более чем 80 отелями, гостевыми домами и круизами на Мальдивских островах и в дополнение к этому управляет восемью отелями.

Как известно, райские острова в Индийском океане являются практически круглогодичным направлением, в то же время мартовская встреча может стать символом окончания тропической зимы и старта нового сезона. Местом проведения мероприятия выбран ресторан «Террин». После презентации последует приглашение на фуршет с дегустацией мальдивской кухни и розыгрыш приза.

Гостями вечера станут российские компании, которые уже успешно занимаются регионом Индийского океана или собираются развивать это направление, а также туроператоры, работающие в сегменте luxury travel, и MICE-компании.

Соорганизатором встречи профессионалов выступает издательский дом «Турбизнес».



Интерес – взаимный

В начале февраля в трех российских городах — Екатеринбурге, Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону — с успехом прошло Israel Roadshow. Встречи профессионалов израильского и российского турбизнеса показали: интерес к этой стране очень высок и время для расширения сотрудничества — самое подходящее.

Организатором Israel Roadshow выступил Департамент Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ, техническую поддержку осуществил ИД «Турбизнес».

Все мероприятия roadshow проходили с большим успехом: залы не вмещали всех желающих послушать презентации. Так, в Санкт-Петербурге roadshow посетили более 170 заинтересованных специалистов. Израильская сторона привезла представителей наиболее известных туристических компаний и объединений отельеров страны, поэтому общение и обсуждение условий сотрудничества происходило живо и напрямую.

«Приближается высокий сезон на Средиземном море, и со стороны министерства мы будем всячески способствовать

расширению турпотока из России, — заверила представитель турбизнеса Петербурга Ксения Кобякова, директор департамента Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ.

«Израиль — то направление, которое достаточно хорошо продается всегда, поскольку у него есть целый ряд очевидных преимуществ, — делится мнением генеральный директор компании «Арт-трэвел» Мария Ушакова. — В сложившихся условиях он действительно может сделать шаги вперед в деле увеличения объемов российского турпотока. И что особенно важно, оказывает поддержку нашим операторам».

Итогом встреч стали не только ценные деловые предложения и контакты, но и призы, разыгранные в ходе викторины и лотереи, новые знания, а самое главное — позитивный настрой на сезон. **ТБ**



С презентацией выступает Михаэль Хэн, Eilat Hotel Association. Рядом – Ясна Аксенова из Министерства туризма Израиля



Workshop в Ростове-на-Дону. Справа – Елена Куличенко, Diesenhau Unitours



Ксения Кобякова, директор департамента Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ

Встретимся на «Интурмаркете»!

В условиях экономических и политических потрясений, напрямую затрагивающих туристический рынок, участие в отраслевых выставках приобретает новое значение. Профессионалам нужно и важно не только продемонстрировать свой продукт, но и сигнализировать сообществу и клиентам о готовности уверенно пройти эту «черную» полосу, мотивировать друг друга двигаться вперед. Нет сомнений в том, что «Интурмаркет-2016» станет знаковым событием. О предстоящей выставке мы говорим с ее директором ОЛЬГЕЙ ХОТОЧКИНОЙ.

С каким месседжем вы выходите к будущим участникам?

Пункт номер один — кредит доверия. Сейчас он, как никогда, важен и для B2C-, и для B2B-аудитории. Если компания выходит на выставку — это показатель того, что она обладает запасом прочности, имеет выстроенную стратегию и мотивирована на развитие своего бизнеса. Доверие стало ключевым фактором, и где, как не на отраслевой выставке, мы можем продемонстрировать его друг другу?

Как продвигается подготовка к мероприятию?

Почти все регионы уже подтвердили свое участие в «Интурмаркете». Сформирован также основной пул крупных участников — туроператоров. Им нужно было больше времени, чтобы оценить свои бюджеты в новых реалиях рынка и определиться, в каком виде и объеме они могут представить свою деятельность на выставке.

Вероятно, требуются мотивирующие акции?

Конечно. Небольшие компании, воспользовавшись новогодним предложением, за 60 тысяч рублей получили стенд для полноценной работы плюс масштабную информационную поддержку. Мы пошли на такую беспрецедентно низкую цену, понимая, что сейчас нужно протягивать руку каждому участнику, желающему развивать свой бизнес. Мы знали, что предложение будет востребовано, но не ожидали такого количества откликов. Особенно этот пакет был популярен у отельеров. Есть спецпредложение для операторов, действует система скидок и для региональных компаний.

Как реагируют на ситуацию зарубежные представительства?

Свое участие подтвердили более 20 стран, для которых Россия является традиционным и любимым рынком. Активны страны

СНГ и Прибалтики. Будут и новички из Азии. И мы, и наши иностранные коллеги очень рассчитываем на то, что ситуация с прежними лидерами выездного туризма временная. Когда три года назад Россия закрывала выезд в Египет, именно на «Интурмаркет» приехал его министр по туризму. Он общался с российскими властями, с представителями туристического сообщества, рассказывал о принятых мерах безопасности. Ведь «Интурмаркет» — это не только демонстрация продукта, это площадка для диалога, для взаимодействия бизнеса и власти.

Какие события деловой программы станут хедлайнерами «Интурмаркета-2016»?

Да, деловая программа — это наш «конек». В рамках выставки будет проведено около 150 мероприятий, перечислю лишь некоторые из них: обучающий семинар Ростуризма и UNWTO по вопросам брендинга территорий, «Hotel Business Forum: технологии работы отеля с туристическим рынком», конференция по развитию детского туризма, семинар по турпродукту компании Coral Travel, правовой семинар Анны Гладун, заседание Правления РСТ, круглый стол «Кавказ – родина гостеприимства», Академия медицинского туризма, онлайн-трансляция выставки «Знай наше» и многое другое. Следите за нашими новостями!

Не теряют ли туристические выставки свою актуальность для профессионального сообщества?

Участники стали более осознанно подходить к выставке, особенно это заметно на региональных стендах. Компании, которые научились эффективно использовать каждый выставочный день, всегда завершают форум с новыми партнерами и контрактами. Друзья, всем удачи! Увидимся на выставке! **ТБ**



СТАТИСТИКА X МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТСКОЙ ВЫСТАВКИ «ИНТУРМАРКЕТ-2015»

Площадь:
28 000 кв. м

Количество участников:

1430

Количество стран
и регионов мира:

143

Количество посетителей:

более **78 500**

Количество участников
программы
«Профессиональный
покупатель»:

350

ITM
intourmarket

XI Международная туристская
выставка «Интурмаркет»
19–22 марта 2016
МВЦ «Крокус Экспо»

Успех при любых обстоятельствах

Совсем немного времени осталось до самого важного события отрасли – выставки МИТТ / «Путешествия и туризм». О том, что нового и интересного ждет ее гостей и участников, рассказывает ЕЛИЗАВЕТА НАЗАРЬЕВА, директор МИТТ.



— ЕЛИЗАВЕТА НАЗАРЬЕВА —

Как обстоят дела с подготовкой выставки?

Несмотря на сложную экономическую ситуацию и политический фон вокруг России, мы практически закончили комплектацию МИТТ: в предстоящей выставке примут участие около 2000 компаний. Интерес к действительно лидирующим про-

фессиональным мероприятиям всегда возрастает в непростые для отрасли времена. МИТТ — это возможность встретиться с настоящими профессионалами рынка, которые продолжают свою работу и готовят предложения, чтобы сезон состоялся.

Как и в каких павильонах будут располагаться участники в этом году?

Участники МИТТ традиционно располагаются в павильонах и залах по географическому принципу. Выставка займет семь павильонов и залов ЦВК «Экспоцентр».

Страны Европы и Средиземноморья занимают все три зала павильона №2. Также в зале 2 расположена экспозиция медицинского туризма Inter Med — это клиники и медицинские центры.

В павильоне «Форум» размещаются страны Африки, Азии, Америки, Ближнего Востока и островные государства. Российские операторы по выездному, внутреннему туризму и приему, а также участники из стран СНГ заняли 1-й и 2-й залы павильона №8; российские регионы и курорты располагаются в 3-м зале.

Насколько широко в этом году будут представлены возможности отдыха по России? Есть информация, что на МИТТ 2016 выйдут большинство стран ближнего зарубежья (СНГ).

Более 50 российских регионов и курортов представят свои возможности на выставке этого года. На стендах будут работать местные компании по приему и экскурсионному обслуживанию, а также представители объектов размещения. Самые большие площади займут Москва, Сочи, Камчатка, республики Северного Кавказа и Алтайский край, который в очередной раз стал Регионом-партнером МИТТ. Отдельно от стенда Сочи масштабно выступят «Роза Хутор» и «Горки Город».

Особенно порадует посетителей выставки обилие и разнообразие предложений по отдыху на черноморском побережье, и не только его российской части. Впервые в этом году в МИТТ примет участие Министерство по курортам и туризму республики Абхазии, на его стенде будут работать крупнейшие принимающие компании. Увеличилось количество крымских участников — туркомпаний и отелей. Страны СНГ — Беларусь, Азербайджан, Армения, Узбекистан, Казахстан, Киргизия — продемонстрируют на МИТТ свою готовность принять и удивить много где побывавших российских туристов и представят на своих национальных стендах все возможные варианты поездок — от МІСЕ, отдыха, оздоровления до познавательных и экскурсионных.

Какие изменения произошли в составе иностранных участников выставки? Будет ли представлена Турция?

Гости из России по-прежнему самые желанные туристы во многих странах. И отказываться от присутствия на МИТТ и рисковать интересом к своему направлению никто не жела-

ет. Более того, большинство стран Средиземноморья значительно увеличивают свое присутствие на выставке — на их стендах будут работать максимальное количество принимающих операторов, гостиничных сетей и частных отелей, национальные авиакомпании.

В этом году впервые Партнером МИТТ становится Эйлат — израильский город-курорт. На стенде Израиля будут презентованы новые полетные программы и турпакеты, специально подготовленные для наших туристов. Также у посетителей выставки будет возможность пообщаться с представителями медицинского, образовательного и религиозного туризма, а также получить информацию о ювелирной, фармацевтической и косметической индустрии страны.

Luxury-направления остаются широко представленными на МИТТ, спрос на них менее всего подвержен колебаниям.

Министерство туризма Турции, турецкие компании и отели в этом году не участвуют в МИТТ по причине действующего запрета Правительства России на продвижение и реализацию туристских продуктов в эту страну. Поэтому выставка займет на один зал меньше.

Что особенного будет предложено посетителям-специалистам на МИТТ 2016?

В этом году на МИТТ впервые будет запущена специальная поощрительная программа для представителей турагентств — МИТТ Passport. Участники выставки — национальные офисы по туризму, операторские компании, отели — приготовили призы и бонусы, которые может выиграть любой сотрудник туристической компании, посещающий выставку МИТТ. Например, приз от Мальдивских островов — неделя проживания в одном из отелей класса «люкс»; Национальный офис по туризму Марокко разыгрывает неделю в отеле 5* с перелетом на двоих; отель премиум-класса Mriya Resort & Spa в Крыму — две путевки на двоих на уикенд; Gartour — поездку в Рим; туроператор «Дельфин» — путешествие по «Золотому кольцу»; Совет по туризму Каталонии — перелет в Барселону, и многое другое. Распечатать МИТТ Passport и получить полную информацию по всем призам и условиям участия в программе можно на сайте выставки.

Также представителям турагентств и другим заинтересованным посетителям-специалистам предлагается бесплатная образовательная программа — МИТТ-Академия, которая включает в себя тренинг от компании «7 Ветров» «101 способ спасти турфирму в кризис», разъяснение эксперта компании BSI Group по действующим правилам получения шенгенских виз, презентацию Сергея Ромашкина, гендиректора туроператора «Дельфин», о правильном позиционировании российских курортов — чем они привлекательны для требовательных туристов, привыкших отдыхать за рубежом, и многое другое.

Какие мероприятия планируются в рамках деловой программы выставки? Как на них попасть?

24 марта во второй день работы выставки параллельно пройдет два ключевых события: «МИТТ Саммит — Турбизнес» и «МИТТ Саммит — Отель». Они нацелены на профессионалов, которые хотят эффективно работать в новых условиях.


Это отражено в главных темах мероприятий: «План «Б»: ставка на внутренний туризм» и «Гостиничный рынок 2016: на что делать ставку?». Наши эксперты предлагают только практические решения, позволяющие делегатам каждый туристический сезон делать прибыльным.

Участие в мероприятиях платное. Количество делегатских мест ограничено.

Помимо этого в рамках выставки состоятся пресс-конференции, презентации новых направлений и услуг, семинары и конференции, мастер-классы и консультации. Следите за деловой программой на сайте МИТТ.

Ждем вас на выставке! Здесь на четыре дня соберутся представители туристической индустрии со всего мира. Не упустите уникальную возможность провести встречи со своими партнерами и найти новых.

Для бесплатного посещения МИТТ 2016 получите электронный билет на сайте выставки.

Работа на выставке МИТТ — это четыре дня, которые «кормят» весь год! 

 www.mitt.ru

23-Я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ»

23–26 марта 2016 года, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Курорт — партнер
МИТТ 2016



Выстоять вместе

Альянс туристических агентств продолжает привлекать взоры тех участников рынка, которые подходят к анализу ситуации в турбизнесе системно: не меньше, чем текущая обстановка, их интересует вопрос — как это будет завтра? К сегодняшнему дню АТА объединила около тысячи участников — как сетевых, так и самостоятельных, и стала обозначать один из базовых векторов развития отечественного туризма.

© АНАТОЛИЙ СТРУНИН

АТА — первое объединение турагентств, участники которого получили возможность, организовавшись, принимать участие в работе над законопроектами и таким образом оказывать влияние на совершенствование отраслевого законодательства, подчеркивает исполнительный директор АТА Наталья Осипова. До этого момента даже вовлеченные в процесс депутаты Госдумы никого мельче туроператоров не замечали. Большим достижением стало в свое время то обстоятельство, что типовый договор «турист–турагент», разработанный участниками АТА, получил одобрение Минкультуры. Следующим шагом стало создание реестра агентств, которым все чаще пользуются туристы. Агентства проверяются управляющими офисами сетей, затем сведения подаются в Альянс. При этом растет и число вступающих в ассоциацию свободных, несетевых агентств, которые получают ту же юридическую и организационную поддержку, что и «тяжеловесы». Кроме того, АТА активно и на постоянной основе принимает участие в законопроектной работе.



— НАТАЛЬЯ ОСИПОВА —

Что можно считать главным завоеванием Альянса на сегодняшний день?

То обстоятельство, что он де-факто стал саморегулируемой организацией. У нас появился компенсационный фонд, из средств которого можно оказывать помощь туристам в ситуациях, когда агент не выполняет своих обязательств по тем или иным причинам.

В противовес «Турпомощи»?

Нет. «Турпомощь» — организация, которая была создана на случай банкротства операторов по выездному туризму. Наш фонд к этому не имеет никакого отношения. А вот если, например, агентство перечислило деньги туроператору, а деньги не дошли, и оператор получает право заявку снять — вот тогда мы подключаемся. Но есть ряд вопросов, по которым мы взаимодействуем с «Турпомощью».

Чего вы ждете от следующего высокого сезона?

Альянс подписал соглашение о сотрудничестве с министерством по туризму Крыма. Надеюсь, мы убедим и агентства, и туристов, что Крым — это направление, куда ехать мож-

но и нужно, где уже многое сделано для отдыха российских туристов. Но, конечно, предстоит еще большая работа для того, чтобы Крым стал жемчужиной отечественного туризма, в которой АТА примет непосредственное участие. В ближайшее время должен начаться перспективный диалог о сотрудничестве АТА с Абхазией.

Ожидаете ли вы конкретных шагов от Ростуризма в свою сторону, для того чтобы рынок увидел полезность и эффективность вступления в АТА?

Альянс был создан при поддержке Ростуризма — это верно, однако в любое время мы, как ответственное и достаточно сильное объединение участников турагентского сообщества, прежде всего рассчитываем на собственные силы — авторитет и опыт своих членов. В то же время мы уверены, что деятельность Альянса не остается незамеченной Ростуризмом. У меня как у исполнительного директора есть принцип — привлекать агентства в Альянс только методом разъяснений, решение вступать или не вступать в Альянс я всегда оставляю за агентствами. Наилучшим призывом вступления является сама работа Альянса — это результаты участия членов АТА в происходящих на рынке процессах, они свидетельствуют сами за себя.

Что можно желать бизнесу на обозримую перспективу?

Выстоять. На основе равноправного взаимодействия агентского рынка с операторским.

Говорят члены правления АТА



РАШАД МАМЕДОВ
вице-президент АТА,
генеральный директор
группы компаний TBS Group

«Вместе мы сила!» — вот в чем заключается рыночная миссия АТА. Это объединение единомышленников — владельцев туристических сетей и агентств, других компаний туристической сферы, которые хотят работать в цивилизованных условиях и в полном соответствии с законодательством. Отмечу, что членство в АТА благоприятно воспринимается и туристами наших сетей.

Ассоциации и альянсы такого масштаба, как АТА, крайне полезны для эффективного развития туристического бизнеса в России. Действуя сообща, турагентствам и другим туристическим компаниям проще лоббировать актуальные и необходимые поправки к законам, улучшать качество сервиса и формировать общественное мнение. В ходе тех мероприятий, которые проводила АТА за время своей работы, обсуждались действительно острые вопросы функционирования агентского бизнеса в текущей экономической ситуации, были найдены пути решения многих проблем, налажился и диалог с представителями власти. Наши проблемы и пожелания наконец-то были услышаны «наверху». В общем, мы получили именно то, чего ожидали, вступая в АТА.

Каковы дальнейшие перспективы распространения идеи о саморегулировании? На данный момент создание СРО в сфере туризма отложено. Как известно, президент Путин поддержал идею создания единого реестра турагентств, и проект находится на стадии реализации. Мы ожидаем результатов и надеемся на реальную эффективность созданного реестра. Нужно напомнить, что несколько реестров турагентств уже вполне успешно функционируют, например, в самой АТА и в Роспотребнадзоре.



ВИКТОР АКУЛИНИН
директор Бюро международного
молодежного туризма
«Спутник-Тамбов»

Наша цель состоит в создании мощного, влиятельного органа, который мог бы выражать мнения и защищать интересы участников очень слабого, разобщенного и раздробленного сегмента отечественного турбизнеса. На фоне хаоса и почти полного отсутствия правил игры для участников рынка туруслуг АТА предложила пути решения ключевых проблем. Это разработка типовых договорных документов, стандартов деятельности турагентов с последующим их внедрением, участие в подготовке законодательных актов. Альянс четко заявляет, что единственным механизмом решения накопившихся проблем турагентов в настоящих условиях должно стать саморегулирование. И действительно — кто может лучше хозяина знать истинное положение в доме и навести в нем порядок! Подчеркну, что деятельность Альянса нацелена на защиту и продвижение интересов не только его членов, но и всех участников турагентского сообщества.

Почему мы не видим массового вступления агентств в Альянс? Каждый варится в собственном соку, надеясь на законодательные шаги со стороны государства.



СЕРГЕЙ КУЛЬКО
генеральный директор
Группы компаний «Спутник»

«Спутник» в туризме давно, мы многого достигли, знаем процессы и технологии на всех этапах работы, понимаем все трудности отрасли, причины, тормозящие развитие туризма в России. С идеями сделать туристический рынок эффективным, конкурентным для участников, безопасным для потребителей, значимым для государства мы и пришли в АТА. Глобальные задачи — это не быстрый процесс, но очень важно, что проходит он при поддержке экспертов туристической, объединенных АТА.

2016 год будет серьезным испытанием. Рост турпотока на отечественные пляжные курорты ожидается колоссальный, и перед ними стоит глобальная задача — предоставить клиентам достойный сервис, а инвесторам оправданные ожидания. Задействованы все административные рычаги по развитию инфраструктуры. Но слабые точки еще остаются.

**АЛЕКСАН МКРТЧЯН**

генеральный директор
компании «Розовый слон»

Альянс особенно важен для региональных агентств, поскольку они чувствуют себя более незащищенными, чем их столичные коллеги, — как в отношениях с туроператором, так и перед потребителем. Членство в подобном объединении повышает авторитет агентства в глазах туриста и одновременно ограждает от попыток оператора тем или иным способом ущемить его интересы. Если посмотреть внимательно, члены Альянса находятся в основном в регионах, и их мотивация понятна: они получают дополнительную юридическую и коммерческую защищенность.

Создание компенсационного фонда — столь же вынужденная, сколь и естественная мера, и она как раз выступает как позитивный фактор в глазах клиента, стоящего перед выбором. Например, что будет, если турагентство не сможет выполнить своих обязательств перед туристом? В его распоряжении нет ни одного рубля страховой суммы. А ведь оборот некоторых членов АТА превышает оборот туроператора средней руки! При этом многие сети имеют единый центр бронирования, то есть структуру, через которую средства всех членов сети идут к туроператорам. Отсюда становится ясной та степень риска, которая возникает в отсутствие страховки — и для продавца, и для покупателя.

**СЕРГЕЙ САМОХВАЛОВ**

директор по развитию сети
«Глобал Трэвел»

Операторы пользовались разобщенностью на агентском рынке и могли продвигать любые свои идеи и предложения. А ведь их банкротства напрямую били по агентствам. Создав общее лицо — АТА, агентства обрели голос. Наладили связь с Ростуризмом, представителями власти, смогли начать с ними диалог. Именно с подачи АТА и при помощи круглых столов, выездных мероприятий многие острые вопросы в агентской и операторской среде были подняты на поверхность. Кое-что уже решено.

Полумеры никому не нужны. Однако непонимание важности создания СРО у агентств и операторов со стороны Ростуризма пока не дает возможности использовать компенсационный фонд АТА в полном объеме. Попытка федерального агентства вместе с «Турпомощью» создать реестр в нашей среде вряд ли изменит ситуацию с обеспечением защиты прав потребителей. Ни агентствам, ни туристам от такого реестра ни горячо ни холодно. И остается главный вопрос: кто и из каких средств будет компенсировать банкротства агентств и операторов в этом и последующих годах? А они будут. Считаю, что СРО и у агентств, и у операторов надо создать и закрепить законодательно. И ввести страхование каждого тура — как во внутреннем, так и в выездном туризме.

**ИРИНА СЕМЕНОВА**

генеральный директор
компании «Едемвотпуск.ру»

Ударная приостановка деятельности туроператоров пришлось именно на Санкт-Петербург, где мы работаем, и многие проигранные иски больно ударили по агентствам. В это непростое время объединение агентств посредством Альянса дало нам более гибкий механизм для работы с партнерами. В определенный момент стало понятно, что АТА — единственная организация, которая пытается защитить агентства как от корыстных туроператоров и недобросовестных конкурентов, так и от «профессиональных туристов».

СРО — это незаменимый механизм, способный помочь в решении юридических и иных вопросов, с которыми сталкиваются агентства, а также в налаживании партнерских отношений с другими членами и партнерами Альянса. Ведь саморегулирование — это еще и ответственность друг за друга.

Компенсационный фонд Альянса как раз и рассчитан на взаимную поддержку и помощь. Я вижу его как своего рода профсоюзную организацию или известную раньше «кассу взаимопомощи». Полагаю, что агентства будут и дальше укрупняться в сети и объединения, консолидироваться. АТА — это лучший из всех перспективных сценариев такого процесса. **TS**

Пятая ежегодная конференция*

РЕКЛАМА



Digital Travel Day

Москва,
21 апреля 2016 г.

Golden Ring Hotel

- Новые возможности онлайн-технологий для продажи авиаперевозок и туров
- Развитие агентских продаж через социальные сети
- Mobile – дополнительный канал привлечения туристов. Международные и российские тренды
- Как могут b2b-онлайн-агентства конкурировать с сайтами прямых поставщиков?
- Динамическое пакетирование туров. Лучшие решения на рынке
- Новые платежные решения и технологии для онлайн-сервисов
- Как продавать российские турпродукты в онлайн?
- Как увеличить эффективность онлайн-каналов продаж в условиях кризиса и сокращения спроса?

Организатор:

Tb event
ТУРБИЗНЕС

Партнер:

hotelbookpro

Участие:

(495) 723-72-72,
i.ilina@tourbus.ru Ирина Ильина

Регистрация посетителей:

www.tourbus.ru/dtd.php

* *прежнее название конференции – WTM Vision*

Путевка по расчету



Когда рубль достигает очередного исторического минимума, разговоры о том, что ждет отечественную туристическую индустрию, разгораются с новой силой. Очевидно одно: туристы в 2016 году при выборе направлений отдыха будут руководствоваться исключительно прагматическими соображениями, а туроператоры последуют призывам властей «энергичней осваивать внутренний рынок».

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА, АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

Если верить декабрьскому опросу «Левада-центр», почти половина россиян — 45% — считает, что ездить за рубеж стало слишком опасно. Лишь 11% опрошенных отмечают, что дело не в угрозе безопасности, а в том, что зарубежный отдых стал слишком дорогим. С последним утверждением не поспоришь: в 2015 году стоимость туров за границу увеличилась минимум в два с половиной раза.

Наступивший год не принес ожидаемой стабильности на валютном рынке. В конце января российский турбизнес пережил очередной «черный четверг», когда курс доллара взлетел до 85 рублей, а курс евро превысил 93 рубля. Усугубление экономического кризиса ведет к снижению покупательской способности населения и делает прогнозы на год крайне затруднительными.

Тем не менее участники турбизнеса не склонны драматизировать ситуацию. «Те, кто ездил за рубеж при курсе евро 80 рублей, поедут, даже если евро поднимется до ста рублей, и прекратят ездить, наверное, только в том случае, если европейская валюта достигнет отметки в 200–250 рублей, — считает Александр Мкртчян, директор ростовской туркомпании и сети турагентств «Розовый слон». — Те, кто выезжал за рубеж при курсе евро 45 рублей, сейчас или не ездят, ожидая улучшения своего материального состояния, или отдают предпочтение российским курортам».

О том, что Россия станет в этом году главным направлением отдыха наших граждан, не говорит только ленивый. Однако «торжеству» внутреннего туризма может помешать Египет, а европейские страны готовы побороться за право занять вакантное «турецкое» место.

НЕ УПУСТИТЬ МОМЕНТ

Большинство игроков уверены: в наступившем году Турция потеряна для российского туристического рынка. При этом наши соотечественники не согласны с таким положением дел. По данным министерства культуры и туризма Турции, в декабре 2015 года страну посетило 25,5 тысяч россиян — при том что в конце ноября туроператорам и турагентам было запрещено продавать путевки на направление.

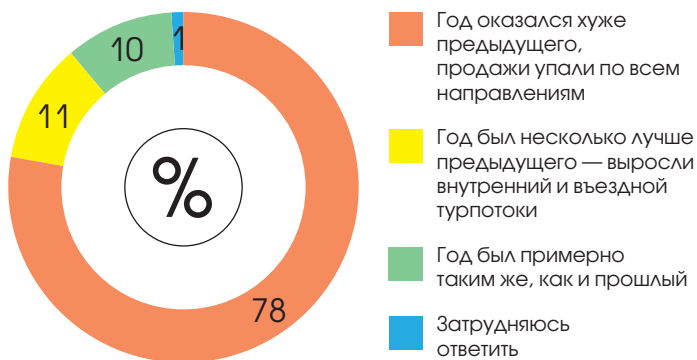
В случае с Египтом ситуация иная: есть шанс, что авиасообщение со страной возобновится уже этой весной. «Мы ожидаем, что Египет откроют к марту. Для этого есть все предпосылки: конструктивная работа египетских властей и двусторонней комиссии, взаимное понимание по ключевым вопросам безопасности», — говорит Лариса Аханова, PR-директор туроператора TEZ Tour.

По словам министра туризма Египта Хишам Заазу, из-за запрета полетов из России страна ежемесячно теряет \$280–300 млн. Власти страны делают все, чтобы вернуть наших соотечественников на свои курорты. В частности,



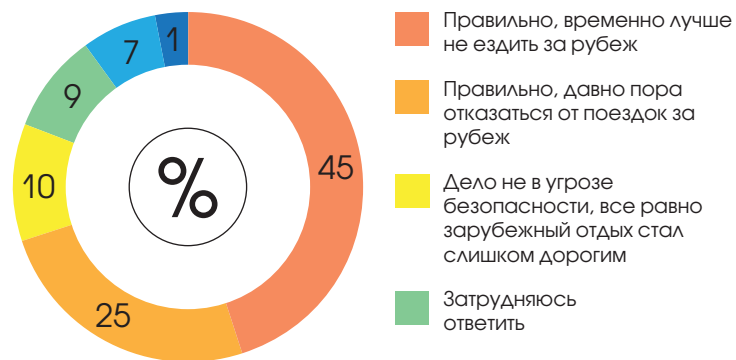
В конце декабря Госдума приняла во втором чтении законопроект об усилении ответственности туроператоров. Однако, как заявил вице-президент РСТ Юрий Барзыкин, он будет дорабатываться, и третьего чтения можно ожидать не ранее февраля. По словам эксперта, законопроект был составлен по итогам кризисной ситуации 2014 года, поэтому не учитывает экстремальных событий минувшей осени, а также «потенциально порочен» из-за огромной финансовой нагрузки, которую он возлагает на туроператоров».

Как вы оцениваете итоги 2015 года в сфере туризма?



Источник: опрос на сайте tourbus.ru

Правильно ли поступают те, кто решил отказаться от зарубежного отдыха и не выезжать из России из-за опасений за собственную безопасность после последних трагических событий?



Источник: опрос «Левада-центр», опрос был проведен 18 — 21 декабря 2015 года среди 1600 человек

они потратят \$32 млн на внедрение системы полного контроля за безопасностью в Шарм-эль-Шейхе и Хургаде.

Российские туроператоры уверены: если Египет «вернется», то спрос на направление в силу его ценовой доступности будет КОЛОССАЛЬНЫМ.

По оценке Дмитрия Горина, вице-президента АТОР, в случае возобновления авиаперелетов в первый же месяц в Египет могут отправиться около 100 тысяч российских туристов.

Однако пока этого не произошло, другие направления стремятся воспользоваться сложившейся на рынке ситуацией. Яркий пример — Израиль. В конце минувшего года Министерство туризма страны возобновило субсидирование российских чартеров в Эйлат, а также запустило в России рекламную кампанию с общим бюджетом в \$2 млн. По мнению Майи Ломидзе, исполнительного директора АТОР, за счет «беспрецедентной активности» со стороны израильского министерства у направления есть большие шансы «перетянуть» на себя часть египетского турпотока.

Что касается других зарубежных направлений и прогнозов на летний сезон, то среди наиболее вероятных фаворитов туроператоры называют Грецию. По словам Ирины Тюриной, пресс-секретаря РСТ, в этом году страна рассчитывает на 60%-ный рост турпотока из России. При нынешнем курсе евро эти ожидания явно завышены, учитывая необходимость оформления биометрической визы.

Тем не менее генеральный директор компании «Музенидис Трэвел» Александр Цандекиди прогнозирует, что греческое направление в этом году может «прирасти» на 30–40%. Анатолий Гаркушин, генеральный директор туроператора «Пантеон», отмечает, что «все будет зависеть от общей ситуации в стране, от политики государства по отношению к туроператорам». По мнению Карена Гончарова, генерального директора компании DSBW, на греческое направление выйдут новые крупные игроки и начнутся ценовые войны. «При этом не стоит забывать, что в Греции ограничено количество мест размещения. Как будет развиваться ситуация на греческом рынке? Это интересная загадка», — рассуждает эксперт.

Другое европейское направление, способное составить конкуренцию Греции будущим летом, — это Испания. По словам Сергея

АЛЬТЕРНАТИВЫ ТУРЦИИ И ЕГИПТУ

в летнем сезоне-2016



Греция



Кипр



Болгария

(По версии АТОР)

РОСТ ЦЕН

в некоторых крымских
объектах размещения



При этом отели Сочи подорожали на 7–8%, а гостиницы Анапы не повысили цены

Самохвалова, директора по развитию сети турагентств Global Travel, некоторые туроператоры активно «ставят» на Испанию: планируют чартерные программы и берут блоки в отелях. В частности, «Натали Турс» сохранили прошлогодние объемы. Однако рост на направлении, по мнению Марии Конабеевой, директора по маркетингу сети турагентств TBS, маловероятен: туристы, которые выбирали недорогие отели Турции, работающие по системе «все включено», вряд ли смогут позволить себе европейский отдых.

Как и в случае с Грецией, будущим летом спрос на отдых в Испании возрастет, но в первую очередь со стороны европейских туристов, что, по прогнозам туроператоров, может привести к дефициту «наземки» на этих направлениях.

Также среди перспективных летних стран эксперты выделяют Кипр, важным преимуществом которого является простота в оформлении визы, и Болгарию.

«Для отдыха в Болгарии не требуется сдача биометрии, к тому же в стране собственная валюта, что может быть выгодным для россиян», — говорит исполнительный директор Майя Ломидзе.

Власти Болгарии уже заявили о том, что ожидают 30%-ного увеличения турпотока из России этим летом и анонсировали трехкратное удешевление стоимости виз для россиян, а также бесплатное оформление документов для детей. Хотя туроператоры не столь оптимистичны в прогнозах, в целом позитивно оценивают перспективы направления.

Что касается дальнемагистральных направлений — в первую очередь Таиланда и Вьетнама — то при наличии целого ряда преимуществ, среди которых отсутствие визового режима, дешевизна отдыха внутри страны, широкие возможности для отдыха, препятствием для увеличения турпотока из России является увеличившаяся вдвое стоимость авиаперевозки.

Пока бронирования на летний сезон единичны, а глубина продаж в целом по рынку не превышает двух недель.

ФОКУС ВНУТРЬ

Главным конкурентом зарубежных направлений в наступившем году будет Россия. В прошлом году крупные туроператоры стали активно осваивать внутренние направления.

По оценке Сергея Ромашкина, генерального директора туроператора «Дельфин», в Краснодарском крае удалось прочно закрепиться «Библио Глобусу» и Coral Travel, в Крыму — «Пегас Туристик» и «НТК Интурист».

Эксперт уверен: в наступившем году число туроператоров, которые выйдут на рынок внутреннего туризма, однозначно вырастет. Его слова уже получили подтверждение: о выходе на рынок внутреннего туризма объявили в «Натали Турс». В компании рассказали, что к открытию направления готовились давно, так как «не могли не прореагировать на фундаментальные изменения в потребительском спросе». Россией планирует заняться и туроператор BRISCO. Эксперты считают решение игроков скорее вынужденным: нынешние реалии таковы, что другого выбора у операторов, по сути, не остается.

Основное конкурентное преимущество России — ценовая доступность. Однако некоторые крымские отельеры, «опьяненные» успехом минувшего летнего сезона, решили повысить стоимость размещения на 30%.

Туроператоры констатируют: такая недалеконидная политика может привести к тому, что объекты в сезон будут полупустыми.

«Если соотношение цены и качества разочарует туристов, то в следующие годы эти люди уже не приедут повторно к нам на отдых», — признает глава республики Крым Сергей Аксенов. Его слова применимы ко всему рынку внутреннего туризма.

«Российские туристы достаточно требовательны к качеству предлагаемых услуг, поэтому массовой переориентации на курорты России мы не ожидаем, — комментирует Елена Кокоева, исполнительный руководитель PR-департамента компании ANEX TOUR. — Турист должен быть готов к уровню сервиса и не иметь завышенных ожиданий к российским курортам, за отдых на которых заплатил немалые деньги».

Сергей Зенкин, генеральный директор группы компаний «Роза ветров», в свою очередь призывает не считать внутренний туризм «панацеей». «Уменьшение доходности населения может привести к тому, что многие туристы вообще никуда не поедут, а предпочитают проводить свой отдых на дачах», — подчеркивает эксперт.



АЛЕКСАН МКРТЧЯН

генеральный директор компании «Розовый слон»

Европейские направления в этом году будут продаваться хуже, чем в минувшем, главная причина — введение дактилоскопии, что негативно влияет на поток из регионов. Турции, думаю, не будет, а вот Египет в летнем сезоне продемонстрирует 40%-ный рост, оставив позади Грецию и Кипр, на которые сейчас делают высокие ставки. По Греции я прогнозирую 15%-ный рост, по Кипру — 20%. Аутсайдером станет Тунис, открытием — Болгария (нет «шенгена», дактилоскопии, дешевый перелет, недорогие отели). Что касается лидера, то им, вероятнее всего, станет Россия. Так, в 2014 году только 10% наших продаж приходилось на туры по России, в 2015 году уже 18% (в ноябре и декабре около 25%). Нетрудно провести этот вектор и на следующий год. Предполагаю, что в 2016 году 30% наших продаж составят туры по России. Сейчас важно донести до российских туристов тот факт, что покупать туры по России дешевле у турфирм, нежели напрямую, и сделать так, чтобы в высокий сезон у отелей не было возможности прямой продажи.



КАРЕН ГОНЧАРОВ

генеральный директор компании DSBW

Турция и Египет принимали значительный поток российских туристов, потому их «закрытие» — важный фактор, который будет влиять на весь рынок. Часть туристов, минуя запреты, будут ездить в эти страны, часть туристов разойдется по другим направлениям с похожим форматом отдыха, и здесь, на мой взгляд, будет лидировать Греция. Визовый фактор, на мой взгляд, не будет препятствовать развитию выездного туризма. Во-первых, россияне привыкают к необходимости дактилоскопии, во-вторых, все больше наших граждан имеют многократные визы. Наличие открытых виз, в свою очередь, приведет к росту бронирований туров last minute. Таким образом, малая глубина продаж, характерная для 2015 года, сохранится и в наступившем году. По нашим прогнозам, весна и лето удивят нас хорошими продажами. Мы думаем, что отложенный спрос материализуется именно весной. Негативных изменений на рынке мы не ожидаем.



ОЛЬГА ФИЛИПЕНКОВА

директор по маркетингу и продажам курорта «Роза Хутор»

Думаю, что тенденция роста рынка внутреннего туризма продолжится. Сложно говорить про глобальный рост, но можно прогнозировать цифры на уровне 10–15% — все условия сейчас для этого созданы. Если мы говорим о цене и транспортной доступности, то, по сути, российские курорты — одна из немногих альтернатив Египту и Турции в летний период. Если о сервисе, то здесь, конечно, предстоит много работы. Что касается конкуренции, то, на мой взгляд, ее можно ожидать только за те турпродукты, которые уже зарекомендовали себя на федеральном уровне. Кроме того, все больше туроператоров будут постепенно входить на рынок внутреннего туризма, при этом доля индивидуального бронирования продолжит занимать достаточно большой объем в продажах внутреннего туризма.

635 работает на рынке (данные на начало февраля)
туроператоров по выездному туризму

500–300 может остаться в этом году (по оценке АТОР)
туроператоров



АРТУР МУРАДЯН
генеральный директор компании
Space Travel

В летнем сезоне-2016, на мой взгляд, будет лидировать Греция как самая оптимальная альтернатива Турции и Египту. Также продолжится переориентация игроков на внутренний рынок. В наступившем году нас ожидает сокращение количества туроператоров, непросто придется турецким компаниям, которым вряд ли удастся достигнуть некогда высоких показателей. Конкуренция на туристическом рынке будет более острой.

НА ВСЕХ НЕ ХВАТИТ

«Выйти на Россию — это полдела, надо еще начать зарабатывать», — резонно отмечает Сергей Ромашкин. С доходностью в туризме сейчас все сложно, а значит, тенденция сокращения количества игроков на операторском и агентских рынках в этом году продолжится. По оценке Сергея Самохвалова, рынок покинет примерно 20% туроператоров.

В ушедшем году крупные игроки вели достаточно сбалансированную политику: не наращивали неподъемных объемов и не вели агрессивную ценовую политику. Это принесло свои плоды: год прошел без громких банкротств.

При этом реестр туроператоров заметно «похудел». По словам Дмитрия Горина, «перед кризисом у нас было 2050 компаний, занимающихся организацией международных путешествий, сейчас их осталось 650, сокраще-

ние — 69%». В АТОР считают, что при оптимистичном варианте развития событий в 2016 году останется около 500 операторов по выезду, при негативном — 300. Все будет зависеть от общеэкономической ситуации в России.

«Есть все предпосылки для таких прогнозов, — полагает Татьяна Ванд, генеральный директор компании «Ванд». — Сейчас идет активная кампания развития внутреннего туризма. Закрытие самых востребованных бюджетных направлений — Египта и Турции — приводит к резкому сокращению объема выездного туризма. Редкий туроператор в такой ситуации возьмет на себя жесткие чартерные обязательства, все работают с блоками на регулярных рейсах, а это дорогостоящее удовольствие».

Максим Приставка, заместитель генерального директора компании «Джет Тревел», уверен: «Тактика «кто не рискует, тот не выигрывает» работать не будет». При этом предновогодние события доказали: какую бы тактику ни избрали участники турбизнеса, все может измениться — российская туристическая отрасль полна сюрпризов. **ТБ**

«ТУРКИ» НОН ГРАТА

Практически в канун Нового года, 30 декабря, Ростуризм выпустил приказ об исключении из Единого федерального реестра туроператоров 19 юридических лиц, связанных, по мнению ведомства, с турецким капиталом. Решение агентства связано с постановлением правительства РФ, запрещающим компаниям, находящимся под юрисдикцией Турции или контролируемым гражданами этой страны, с 1 января 2016 года заниматься в России туристическим и другими видами бизнеса.

В черный список попали юрлица операторов ANEX TOUR, «Пегас Туристик», Coral Travel и Sunmar. Событие взбудоражило рынок: последние месяцы и так не утихали споры, что будет с «турками». К счастью, «сюрприз» Ростуризма никак не сказался на деятельности игроков: все они продолжают работу в России на законных основаниях от имени тех юридических лиц, к которым претензий у туристических властей нет.

Однако процесс восстановления исключенных юрлиц, несмотря на оперативную подачу документов туроператорами, застопорился. Согласно отраслевому закону, Ростуризм был обязан в течение пяти дней либо внести сведения о включении их в реестр, либо дать мотивированный отказ. Однако этого не произошло и неизвестно, когда произойдет.

«Мы проверяем документы настолько, насколько мы можем это сделать. Если у нас возникают сомнения, мы отправляем их в компетентные органы и просим проверить чистоту документов и чистоту тех лиц, которые являются бенефициарами», — заявил АТОР заместитель руководителя Ростуризма Роман Скорый, добавив, что в ближайшее время решения ведомства «можно не ждать».



Стань экспертом по Берлину на онлайн-тренинге!

campus.visitBerlin.com



Доступна как никогда

ТЕКСТ
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Значительный рост въездного туризма в Россию, фигурирующий в победных реляциях туристических чиновников, на деле оказывается скорее желаемым, чем действительным. Особенно это заметно на фоне резкого падения курса рубля, сделавшего отдых в России небывало доступным для иностранцев.

Если сравнивать динамику объемов въезда из-за границы в РФ и соотношение курса рубля к основным мировым валютам, то можно констатировать: несмотря на то что по причине рублевого провала стоимость тура в Россию в среднем в 2015 году оказалась почти вдвое ниже, чем годом ранее, въездной турпоток вырос куда скромнее.

По данным Росстата за 9 месяцев прошлого года, с целью туризма в РФ въехали лишь 2,539 млн человек (+13% к уровню 2014-го), да и по итогам 2015-го, по словам руководителя Ростуризма Олега Сафонова, прирост не превысил 16%. Это означает, что в прошлом году с целью туризма, согласно сведениям Росстата, в России побывало не более 2,9–3 млн иностранцев. Если учесть, что такие города мира, как Париж, Лондон или Нью-Йорк легко пересекают планку

в 10 млн туристов в год, въездные показатели РФ кажутся на их фоне более чем скромными.

ВМЕСТО ЗАПАДА — ВОСТОК

Тенденция последнего времени очевидна: на фоне сокращения (или сохранения) потока гостей из Западной Европы и США очевидно растет въезд из Азии и других развивающихся регионов мира.

«Фактически произошло перераспределение въездных турпотоков из Западной и Центральной Европы, США и т. д. в пользу стран Азии, — констатирует генеральный директор туроператора по въездному туризму Intourist Thomas Cook Леонид Мармер. — При этом если европейские рынки «просели», то азиатские выросли — и особенно это касается Китая. Но «выросли» и Иран, и Корея, и Турция, и Израиль».

По состоянию на начало 2016 года, правом безвизового въезда в РФ на срок до 30–90 дней обладают граждане около

30
стран мира

В основном это подданные стран СНГ, государств Центральной и Южной Америки, некоторых стран Азии.

Данные Росстата за 9 месяцев 2015-го это подтверждают — Китай резко прибавил в объемах, обогнав долгое время занимавшую второе место Германию. Однако в число стран, «поставивших» в РФ за 9 месяцев больше 100 тысяч туристов, кроме них, также входят Великобритания, Израиль, Южная Корея, США и Турция. Вместе с тем такие туристические рынки, как Индия или Иран, которые пока не демонстрируют больших объемных показателей, по динамике их роста опережают даже Китай: Иран, к примеру, в течение 2015 года прибавил более чем вдвое.

ГДЕ У ТУРПОТОКА «ТОРМОЗА»

Эксперты подчеркивают: многое в ближайшей перспективе зависит от целого ряда факторов, которые могут как ускорить въездной турпоток в РФ, так его и затормозить.

«Въезду в РФ благоприятствуют хорошие или нейтральные политические отношения с целым рядом государств, наличие системы безвизового обмена и прямого авиасообщения», — замечает Леонид Мармер. Что мешает? Опять же политика (негативного толка), наличие необходимости получать российскую визу, уход из РФ ряда зарубежных перевозчиков и отсутствие прямых рейсов.

Вместе с тем эксперты уверены: рост въездного туризма затрудняют не только внешние, но и внутренние причины. В их числе они называют недостаточно развитую (особенно в «нестоличных» регионах) инфраструктуру, невысокое качество питания и обслуживания, неоправданный рост цен на ряд услуг.

«Для Петербурга, например, по-прежнему остается проблемой организация качественного питания зарубежных туристов, в том числе круизных, — говорит генеральный директор компании «Арктур трэвел» Елена Мальченко. — Иностранцам наша национальная кулинария очень интересна, но, как выясняется, массово и вкусно кормить их русской кухней по доступным ценам в городе просто негде».

ВИД НА БУДУЩЕЕ

Тенденции 2015-го будут прослеживаться и в наступившем году: как считают аналитики, при условии сохранения относительной стабильности въездной турпоток в Россию имеет возможность вырасти.

«Если ситуация в мире и России не изменится в худшую сторону, в 2016 году

мы также сможем говорить о росте въездного потока, — говорит Александр Макляровский, руководитель департамента въездного туризма «КМП групп». — Ведь в 2015-м рост составил 10–15% по сравнению с 2014 годом, который ознаменовался наибольшим падением на рынке въезда».

По мнению Марины Левченко, генерального директора компании «Тари Тур», в этом году произойдет увеличение числа туристов из Китая и Ирана. «Если говорить о странах — поставщиках туристов, то лидирующие позиции, конечно, займут Китай, Иран, Вьетнам и другие страны, которые мало заботит политическая ситуация в России», — констатирует Светлана Гаевич, руководитель департамента инсентива и инкаминга компании UTS Travel.

А что же другие направления? Относительно них мнения несколько расходятся. Если Александр Макляровский полагает, что «рост числа туристов из Латинской Америки маловероятен», то Леонид Мармер допускает, что за счет наличия системы безвизового обмена их количество возрастет. Не исключен и рост объемов со стороны европейцев и американцев, — если геополитическая обстановка будет стабилизироваться.

«Туристы из Америки и Европы, которые ранее отказывались от запланированных поездок, вернуться, — считает Марина Левченко. — Ведь сейчас мы предлагаем пакеты по очень привлекательным ценам, а это один из важнейших факторов». «При стабильной ситуации в Россию поедут туристы из Германии, Италии и Испании, — соглашается Светлана Гаевич. — Причем с туристическими, а не с деловыми целями. Исключение, пожалуй, составляет только Франция». **ТБ**

ВЪЕЗДНОЙ ТУРПОТОК В РФ *



КИТАЙ
+62,9%
(583,6 тыс. чел.)



ГЕРМАНИЯ
+0,2%
(319,2 тыс. чел.)



США
+1,6%
(152,9 тыс. чел.)



ТУРЦИЯ
+15,6%
(115,8 тыс. чел.)



ИЗРАИЛЬ
+20,8%
(103,9 тыс. чел.)

* за 9 месяцев 2015 года, по сравнению с тем же периодом 2014 года



ЛЕОНИД МАРМЕР

генеральный директор туроператора по въездному туризму Intourist Thomas Cook

Несмотря на турбулентность геополитической обстановки, в 2015 году въездной туризм в Россию пострадал не так сильно, как выездной. И практически нет сомнений в том, что в перспективе

расти в объемах, кроме Китая, будут Иран, Индия, Япония, Гонконг, Корея и Израиль. Турции в списке передовиков въезда в 2016-м уже не будет.

Россия крайне нуждается и в перераспределении въездных турпотоков путем внедрения новых туристических маршрутов по России. Москва, Петербург и Золотое кольцо, безусловно, останутся в лидерах спроса со стороны иностранных туристов, но тот въездной потенциал, который есть у РФ, не должен замыкаться только на них. Этим туристическим дестинациям все сложнее «переваривать» растущие турпотоки. Трендом в сфере как внутреннего, так и въездного туризма станет развитие новых брендовых маршрутов — «Серебряного ожерелья», «Красного маршрута» (специально для туристов из Китая), «Русских усадеб», «Царской дороги» и других региональных проектов.

Как прожить на



С 1 января 2016 года ведущие авиакомпании России при продаже билетов на внутренние рейсы выплачивают агентам символическую сумму комиссионных в размере одного рубля. Однако агентский рынок оказался к этому готов, а его игроки не скрывают: в итоге финансовые потери все равно будут компенсированы за счет конечного потребителя.

ТЕКСТ
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Крупные авиакомпании России — в частности, «Аэрофлот» с некоторыми «дочками», «Уральские авиалинии» и S7 Airlines — загодя официально уведомили агентов, как работающих в сфере офлайна, так и онлайн-продавцов, что с началом 2016 года фактически перестанут платить комиссию при бронировании билетов на полеты внутри страны.

Бонус же за бронирование авиаперелетов на международных маршрутах (в том числе за стыковочные с сегментами по РФ, оформленные в единый билет) сохраняется, хотя и не превысит 5%. Но и он теперь сильно зависит от направления полета и уровня билета: «вилка» составляет от 2 до 5%.

Есть и еще один нюанс: часть других перевозчиков (включая даже входящих в группу «Аэрофлот») об отмене «российских» комиссионных пока официально не заявляла.

ВЫНУЖДЕННАЯ МЕРА

С какой целью перевозчики совершили «обрезание»? Их главная задача — стимулировать прямые продажи с помощью собственных

ресурсов: авиакомпании остро нуждаются в доходах, поскольку два последних года оказались для них финансово неудачными.

По оценкам Центробанка, в первом полугодии 2015 года убытки авиаперевозчиков РФ достигали 28 млрд рублей и могли быть существенно снижены (и даже ликвидированы) за счет традиционно прибыльного третьего квартала. Могли, если бы не события, связанные с запретом полетов на Украину и в Египет, а также «остановка» добрососедских отношений с Турцией.

По данным Ассоциации эксплуатантов воздушного транспорта (АЭВТ), на финансовых результатах отрасли также негативно сказываются рост валютных платежей за взятые в лизинг самолеты и общее снижение выручки, связанное с изменением структуры перевозок.

«Увеличение доли внутренних рейсов, которые традиционно являются для российских авиаперевозчиков убыточными, позволило сохранить общий пассажиропоток, однако

75%

продаж авиабилетов в России, по оценкам экспертов, осуществляется через агентский канал

в финансовом отношении оно не восполнило снижение объемов продаж авиабилетов за рубеж», — констатирует глава АЭВТ Владимир Тасун. Статистика это подтверждает: в 2015-м пассажиропоток за рубеж в России «просел» примерно на 15%, а внутренний почти на ту же величину вырос. В результате по итогам года на фоне сохранения общего пассажиропотока убытки авиаотрасли РФ составили не менее 20 млрд рублей.

ЗАПЛАТИТ КЛИЕНТ

Фактическая отмена комиссии — лишь один из малых шагов, направленных на улучшение экономики авиакомпаний. И это вовсе не новинка — многие западные авиакомпании давно отказались от комиссионных выплат.

В России такая практика уже подразумевалась, поскольку S7, а затем и «Аэрофлот» ранее постепенно снижали комиссию вплоть до 0,1% от тарифа. И еще осенью 2013 года, когда «Аэрофлот» снизил базовую ставку агентской комиссии до 4% (до этого за бронирование билетов экономкласса она составляла 7%, а за бизнес — 9%), эксперты в один голос утверждали: рано или поздно она устремится к нулю.

С учетом того, что у отдельных агентов доля авиабилетов крупных российских авиакомпаний в общей структуре продаж превосходит 50%, посредники действительно теряют большие средства, которые тем или иным способом им придется восполнять.

Варианты? Их мало. Самый простой и очевидный — введение наценки за приобретение билета у агента в размере 3–6% от тарифа, которая как раз и компенсирует выпадающие доходы. «Всеми агентствами будут введены сборы за оформление билетов и, таким образом, их стоимость для конечных потребителей увеличится на величину сбора», — полагает коммерческий директор ICS Travel Group Дмитрий Филатовский. Посредники это уже делают: попытка забронировать перелет туда и обратно по маршруту Санкт-Петербург — Сочи на конец февраля, предпринятая в середине января, показала, что на сайте «Уральских авиалиний» билет оказался на 1,5–6% дешевле, чем аналогичное предложение у агентов.

Но в условиях нехватки средств у потенциальных покупателей этот вариант — не лучший. Скорее посредники пойдут по пути смещения акцентов на другие виды сопутствующих перелету услуг и станут расширять их спектр. В качестве примеров подобных сервисов глава Biletix Александр Сизинцев называет динамическое пакетирование и дальнейшее повышение качества постпродажного обслуживания. «Все активно делают апсейл — от SMS-информирования о рейсах до продажи страховок и бронирования отелей», — соглашается основатель Onlinetours Константин Победкин.

Именно за счет широкого спектра услуг, даже при немного более высокой цене, и могут выигрывать агенты у авиакомпаний. Ведь ОТА не только предлагают клиенту купить билет, но и позволяют сравнивать его стоимость у разных перевозчиков, а нередко и сформировать тур, на одном сайте забронировав все необходимые для этого услуги. В результате приобретение билета у перевозчика даже в случае прямой покупки может оказаться менее выгодным, чем у агента.

Что касается последствий отмены комиссий для самого агентского рынка, то мнения на этот счет разные. Если одни эксперты уверены, что существенных перемен не избежать, то другие не склонны преувеличивать их масштабы.

«Подобная ситуация с комиссиями давно работает на западных рынках и крупные российские игроки, на мой взгляд, к таким изменениям готовы», — констатирует Константин Победкин. Вместе с тем эксперт не отрицает, что снижение комиссии до одного рубля приведет к сокращению доходов в сегменте продажи авиабилетов и, как следствие, они могут сократиться у продавцов авиабилетов и метапоисковиков. Кроме того, снизятся доходы Yandex и Google от контекстной рекламы в сегменте авиа. **ТБ**



ИСТОРИЯ ВОПРОСА

Процесс сведения агентских комиссий к нулю начался в последнем десятилетии XX века в США, а его инициатором стала «большая тройка» авиакомпаний (American Airlines, Delta Air Lines, United Airlines), которая к тому времени занимала 60% американского рынка. Поначалу дело шло вяло и в основном новинка ограничивалась территорией США. Однако кризис 2008 года, когда перевозчики потеряли прибыли, заставил их тут же последовать примеру американцев: большая часть мировых лидеров авиаотрасли (British Airways, Lufthansa, Air France, Qatar Airways, Singapore Airlines и т. д.) от выплат комиссионных агентам за бронирование внутренних перелетов отказалась. В настоящее время такие выплаты характерны, как правило, лишь для части перевозчиков из Азии.



АЛЕКСАНДР СИЗИНЦЕВ
генеральный директор Biletix

Увеличение доли продаж на собственных сайтах позволит авиакомпаниям сократить издержки, связанные с предоставлением комиссии билетным агентам. Такая стратегия сейчас, на фоне прекращения роста спроса, особенно востребована. Что касается рынка, то в сложившихся условиях ОТА будут вынуждены искать и интегрировать новые услуги и продукты, за которые потенциальный путешественник будет готов заплатить. В первую очередь те из них, которые ему не сможет предоставить авиакомпания. В сложившихся условиях тяжелее всего придется небольшим агентствам; возможно, часть игроков с рынка уйдет. Это приведет к серьезным изменениям и, скорее всего, к укрупнению на рынке онлайн-туризма.



Множество россиян в этом году, планируя свой отпуск, вероятнее всего начнет с Крыма, но скольких из них турпоток недосчитается из-за «кусачих» цен, в первую очередь — на проживание? И останутся ли отдыхающие довольны соотношением цены и качества «крыши над головой»?

ТЕКСТ
ЛАРИСА МАРТЫНОВА

Новейшая история Крыма пишется у нас на глазах. Туристические показатели складываются в вектор развития полуострова на ближайшее будущее.

Прогноз Минкурортов Крыма на 2016 год достаточно взвешенный: 4,9 млн туристов (+6,5%). При том, что за 2015 год в Крыму отдохнуло 4 млн 598 тысяч туристов, что на 21% выше уровня предыдущего года.

Вряд ли можно сказать, что приток туристов ограничен недостатком коллективных средств размещения (КСР). Их в Крыму 770, гостиничная база республики примерно соответствует спросу, но не всегда удовлетворяет ожидания отдыхающих.

Эксперты подтверждают, что гостиничная база Крыма достаточно велика и разнообразна, как богата и многолика природа полуострова. Различия между крымскими курортами обусловлены не только климатом. Так, исторически оправданна элитарность Южного берега Крыма. «Еще в XIX веке Большая Ялта была излюбленным местом отдыха царской семьи и высшего общества, — рассказывает Юрий Бурлаков, генеральный директор компании «Криптон». — Именно здесь строятся объекты vip-класса и отели с заявкой на звездность». Экономный уровень размещения и сервиса,

по мнению эксперта, характерен для Юго-Западного Крыма, где находятся всемирно известные бальнеологические курорты Евпатория и Саки.

«Отельный фонд Крыма разнообразен. Это пансионаты, санатории, базы отдыха, детские оздоровительные лагеря и многое другое, — говорит Илья Ильин, руководитель направления Крым туроператора «Алеан». — Однако многие из них по ряду параметров не соответствуют привычным россиянам стандартам». Он констатирует: в Крыму есть небольшое количество отелей высокого уровня, которые способны конкурировать с Краснодарским краем. Объекты среднего уровня пока, к сожалению, проигрывают по соотношению «цена-качество».

Каких гостиниц не хватает и чего недостает существующим? Увы, туроператорам есть что сказать на эту тему. «Уровень сервиса в отелях и подготовка персонала оставляют желать лучшего, а также инфраструктура самих отелей, досуг и развлечения. Но особая проблема — это дефицит современных отелей, которые соответствуют требованиям мировых стандартов и отвечают спросу взыскательных туристов», — считает Дмитрий Шаров, генеральный директор группы компаний «МУЛЬТИТУР». «В перспективе хотелось бы увидеть новые комплексы от 3* до 5*, аналогичные Сочиному



Виды на Крым

© RUSSIAKRAVVA.RU

региону», — добавляет он. На нехватку клубных отелей на полуострове указывает Илья Ильин.

Руководитель «Криптона» категорично заявляет: «Катастрофически не хватает в Крыму отелей семейных и работающих по системе «все включено». Российские туристы привыкли к комфортабельным отелям и к данной системе обслуживания. Это действительно удобно. Именно за этим и ехали российские туристы в Египет и в Турцию. Нужны отели, где занимаются с детьми, где взрослые могут также отдохнуть и развлечься, где не нужно доплачивать за каждую дополнительную услугу, она уже входит в стоимость путевки».

ЧТОБЫ ОТДЫХ БЫЛ БЕЗОБЛАЧНЫМ

Что рекомендуют туроператоры для разных категорий туристов? Среди лучших отелей, которые не должны разочаровать состоятельных путешественников, эксперты называют следующие объекты: «Мрия Резорт», «Ореанда», «Пальмира-Палас», «Крымский бриз», «Вилла София», «Riviera Sunrise Resort & SPA, Alushta», «Soldaya Grand Hotel & Resort», севастопольский спа-отель «Аквармарин».

Семьям с детьми будет удобно в следующих санаториях, отелях и пансионатах: «Черноморец», «Порте-Маре», «Ателика Таврида», «Прибой», «Береговое», «Ялта Интурист», «Империя», «Капля моря», «Ripario Hotel Group», «Альпийская долина», «Южный», ТОК «Судак».

Молодежи подойдут «Новый Свет», ТОК «Палас», ТОК «Судак», «Левант», «Бристоль»,



МАРИНА РОЗАНОВА,

коммерческий директор ЗАО СКО ФНПР «Профкурорт»

В Крыму есть объекты размещения разного ценового уровня и разного качества. Около 90% объектов эконом- и среднего уровня имеют неплохую инфраструктуру и санаторную базу примерно 20-летней давности. В целом по сравнению с санаториями Краснодарского края они не конкурентоспособны. По наличию природных лечебных факторов (климат, минеральные источники, грязи), состоянию медицинской базы, уровню обслуживания санатории Краснодарского края также занимают более высокую нишу. В то же время Западный Крым известен своими природными лечебными факторами (грязи), сюда едут именно для того, чтобы лечить определенные заболевания, например бесплодие. Очень популярен Южный берег Крыма — благодаря своему географическому расположению, обилию живописных мест, климату. Наибольшим спросом в ценовой нише среднего уровня пользуются санатории «Мисхор», «Ай-Петри», «Ай-Даниль», в эконом-классе — санатории «Алушта» и «Алуштинский». Цены по сравнению с прошлым годом повысились от 10 до 20%. Стоимость зависит от категории номера и ценового периода, средняя цена пакета с лечением составляет от 2170 в межсезонье до 3500 руб. в сутки за человека в высокий сезон.



ДМИТРИЙ ШАРОВ,

генеральный директор группы компаний «МУЛЬТИТУР»

Крым способен составить конкуренцию Краснодарскому краю. Его климат очень разнообразен и разительно отличается по регионам, что дает возможность удовлетворить пожелания большого количества туристов. Отели разные — как по ценовой категории, так и по уровню сервиса и обслуживания. Есть мини-отели, есть большие пансионаты и санатории. Можно найти предложения на базе завтраков или без питания, а также выбрать трех- или четырехразовое питание или FB шведский стол. Стоимость в среднем ниже, чем в аналогичных отелях Краснодарского края, и это очень важный фактор для выбора места отдыха, тем более в этом году. Наибольшим спросом пользуются эксклюзивные и дорогие отели, к примеру, санаторно-курортный комплекс «Мрия Резорт», отели «Ялта Интурист» и «Пальмира Палас», так как их мало на полуострове и порой даже в межсезонье туда сложно попасть. Также очень популярны отели, работающие по системе «все включено» с анимацией и дополнительными услугами, включенными в стоимость путевки. Они рассчитаны на массового туриста и на отдых родителей с детьми.



ЮРИЙ БУРЛАКОВ,

генеральный директор компании «Криптон»

Гостиничные объекты, расположенные на Южном берегу Крыма, привлекательны для туристов прежде всего своим месторасположением и элитарностью (Ялта, Массандра, Форос, Ливадия). Пятизвездные отели в этом регионе обладают достойной инфраструктурой и высоким уровнем сервиса. В Юго-Западный Крым туристов привлекают прекрасные песчаные пляжи и возможность получить уникальное лечение. В данном регионе встречаются объекты размещения с хорошим сервисом и размещением, но все-таки главное здесь — это лечение и оздоровление с достаточно экономным уровнем размещения и сервиса. Отдельно нужно выделить объекты размещения в Севастополе. Город-герой притягателен своим экскурсионным потенциалом для российских и зарубежных туристов, поэтому гостиничная база Севастополя развита достаточно хорошо по сравнению с другими курортными городами. Но на данный момент этого недостаточно. Тяжело забронировать номера и разместить группы, например, на майские праздники, на День Победы. Город нуждается в достойных объектах размещения с хорошим сервисом. Юго-Восточный Крым всегда привлекал туристов своим экскурсионным наследием и природными особенностями. К сожалению, качественных объектов размещения в данном регионе не так много.

«ЗАПАД ЕСТЬ ЗАПАД, ВОСТОК ЕСТЬ ВОСТОК»

Западный берег Крыма — один из самых привлекательных регионов Черноморского побережья РФ как по цене на отдых, так и по лечебно-оздоровительным ресурсам. Такое мнение озвучил первый заместитель министра курортов и туризма Республики Крым Игорь Котляр на встрече с руководителями санаториев, отелей и малых отелей. Он предупредил о недопустимости дальнейшего повышения цен в текущем году. Восточный Крым, по словам Игоря Котляра, интересен не только выгодными ценами на отдых, но и перспективен для развития молодежного туризма. «Его близость к Керченской переправе дает возможность гостям полуострова остановиться в городах и районах этого региона, познакомиться с их интересными культурными, историческими и природными достопримечательностями, заняться активными видами спорта», — отметил первый замминистра. Согласно сравнительному анализу, на сегодняшний день санатории Западного Крыма на 15% доступнее по цене, чем санатории Краснодарского края и более чем на 50% доступнее по цене, чем санатории Большого Сочи. А санатории Восточного Крыма являются самыми доступными по цене на Черноморском побережье России.

«Москва», «Ялта-Интурист», «Крымские Зори», «Творческая волна», «Звездный».

Тех, кто желает спокойного отдыха, и пожилых людей можно ориентировать на отель «Морской», пансионат «Солнечный берег», санатории Дюльбер, «Дружба», им. Кирова, «Северное сияние», «Курпаты», «Северный», «Мисхор», «Ай-Петри», ТОК «Золотой пляж», ОК «Парус», «Пальмира Палас».

Из санаториев, по мнению экспертов, выделяются «Россия», им. Пирогова, «Меллас», «Айвазовское», «Полтава-Крым», Сакрополь, им. Кирова, «Северное сияние», «Курпаты», «Жемчужина», «Гурзуфский».

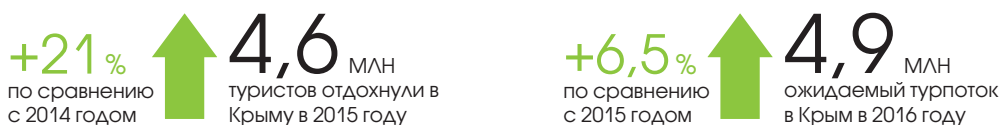
Объекты перечислены в произвольном порядке, туроператоры выбирали их из «своей»

базы, оценки пристрастны, но на них можно опираться. По крайней мере, их качество будет соответствовать стоимости. Как видно из перечисления, есть и универсальные комплексы и гостиницы, которые можно рекомендовать практически всем.

ДОГОВОР НА «ДОМИК У МОРЯ»

Какую ценовую политику ведут крымские отельеры? По сообщениям туроператоров, на конец декабря — начало января цены по сравнению с прошлогодними поднялись на 10–30%.

«Стоимость в отелях полуострова на сезон 2016 года выросла примерно на 15–20%, — говорит Юрий Бурлаков. — И нужно сказать,



410

КСР с услугами только по временному размещению

770

коллективных средств размещения (КСР)

144

КСР с курортно-санитарным лечением

262 КСР функционируют круглосуточно

101

Евпаторийский регион

46

Симферопольский район

103

Феодосийский регион

108

Алуштинский регион

156

Ялтинский регион

216

КСР с услугами оздоровительного характера

13 КСР прошли официальную классификацию:

- рекреационный комплекс «Резиденция «Крымский бриз» 5*
- отель «Ялта-Интурист» 5*
- отель «Алые паруса» 4*
- отель «Александрия» 4*
- Отель «Пальмира-палас» 4*
- Отель «Левант» 3*
- Отель «Вилла Онейро» 3*
- Отель «Приморский парк» 4*
- Отель «Ялта круглый год» 3*
- Отель «Спа-комплекс «Ливадийский» 3*
- СКК «Империя» 3*
- Дом отдыха «Федор Шалапин» 3*
- Санаторий «Северное сияние» в г. Саки «без звезд»

Статистика на стр. 26 — 27 предоставлена Министерством курортов и туризма Республики Крым

что отельеры, воодушевленные снижением потока в Египет и Турцию, выставляют достаточно серьезные условия для сотрудничества. Сейчас, как правило, предлагается заключать суммовые договоры на жестких условиях и с обязательной предоплатой в начале года. По некоторым объектам период обязательной загрузки составляет 180–195 дней, при том что поток в Крым туристов покрывает лишь период в лучшем случае 90–120 дней.

Илья Ильин, напротив, отмечает, что отельеры охотно работают с операторами, дают блоки мест и готовы к сотрудничеству. По его наблюдениям, Крым сравнялся по ценам с Краснодарским краем, хотя традиционно разница в цене составляла 30%. «В этом году наблюдается рост стоимости проживания от 15 % и выше. Средняя стоимость в сезон — от 2500 руб. с человека за сутки, — констатирует руководитель направления Крым «Алеана». — Первыми раскупаются пансионаты для семейного отдыха среднего уровня, предоставляющие трехразовое питание и располагающиеся недалеко от моря».

Дмитрий Шаров так комментирует ситуацию: «Цены в Крыму чуть ниже, чем в Краснодарском крае, но в этом году еще рано делать прогнозы. Многие выслали предварительные цены и в связи с нестабильностью курса рубля планируют корректировки в сторону увеличения и, возможно, не раз. Ближе к сезону картина будет более ясная. По отношению к 2015 году рост составил от 10 до 30%. Проживание в пользующихся спросом гостиницах премиум-класса будет стоить 15 000–20 000 рублей в сутки за номер. В среднем классе отелей и пансионатов примерные цены — это 4000–5000 рублей за номер в сутки с трехразовым питанием».

Контрактинг с крымскими отелями гендиректор группы компаний «МУЛЬТИТУР» оценивает позитивно: «Договоры активно обсуждаются и заключаются с ноября 2015 года, как с топовыми объектами, так и с менее востребованными. Партнерские отношения складываются достаточно продуктивно и грамотно. Проводится анализ работы в сезоне 2015 и происходит корректировка по квотам и комиссии. Большинство партнеров готово обсуждать условия работы и вести переговоры».

ОБЩЕЕ ДЕЛО

Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса — приоритетное направление

развития экономики республики. Крым должен стать международным туристским центром — круглогодичным, востребованным и конкурентоспособным.

За 2015 год подписано 10 инвестиционных соглашений на общую сумму более 1,7 млрд руб., касающихся развития сферы курортов и туризма Республики Крым, семь из них касаются модернизации и реконструкции средств размещения.

В Минкурортов признают высокий уровень износа основных фондов и медицинской базы большинства коллективных средств размещения. В первую очередь это касается объектов санаторно-курортного комплекса республиканской формы собственности, основные фонды и медицинские базы которых изношены на 70–90%, но при этом сохранен уникальный опыт и традиции санаторного лечения и оздоровления.


Из 190 коллективных средств размещения, находящихся в федеральной и республиканской собственности, нуждаются в модернизации и реконструкции более 100 здравниц.

В 2015 году зарегистрированы разрешительные документы на строительство восьми новых КСР в Ялте, Алуште, Евпатории.

ЛЕТО КРУГЛЫЙ ГОД

Расширение рамок курортного сезона и популяризация видов туризма, направленных на межсезонье, — одна из важных задач в работе министерства. С этой целью организуются информационные туры, проводятся переговоры с туроператорами и представителями крупных промышленных предприятий РФ, а также воркшопы и выставки для представителей туристической отрасли Крыма.

В прошлом году в республике реализовывалась программа поддержки внутреннего туризма «Крым круглый год». Ее участники с 12 ноября по 20 декабря 2015 года готовы были принимать как индивидуальных, так и групповых туристов по специальному предложению «Отдохни 7 дней — получи 1 день в подарок», а также «Отдохни 14 дней — получи 2 дня в подарок».

К программе «Крым круглый год» присоединились 42 отеля и санатория полуострова: 21 отель-участник находится в Большой Ялте, 9 — в Алуште, 4 — в Евпатории, 3 — в Симферополе, по одному в Саках, Судак, Феодосии, Керчи, Севастополе. 



ЗАПАДНЫЙ БЕРЕГ КРЫМА

Стоимость двухместного номера с завтраком (в сутки, примерные цены на летний сезон 2016 года):

ОТ **2100** РУБ
малый отель/гостевой дом

ОТ **2600** РУБ
отель 3*

ОТ **2700** РУБ
отель 4* и выше

Средняя стоимость двухместного номера в отелях 3* с полным пансионом:

ОТ **4200** РУБ
гостевой дом

ВОСТОЧНЫЙ БЕРЕГ КРЫМА

Стоимость двухместного номера с завтраком:

ОТ **2475** РУБ
малый отель/гостевой дом

ОТ **2224** РУБ
санаторий с трехразовым питанием

РОССИЯ



«NOVOTEL КРАСНОЯРСК ЦЕНТР»

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ 23 ноября 2015 года

4*



РАСПОЛОЖЕНИЕ

Красноярск, ул. Карла Маркса, д. 125



НОМЕРНОЙ ФОНД

110 номеров категорий «супериор», «бизнес-комфорт», «люкс» или «семейный». Также отель предлагает 7 номеров для размещения гостей с ограниченными физическими возможностями.



СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 4800 рублей за стандартный номер за ночь



К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Многофункциональная конференц-зона, состоящая из 7 залов, ресторан GourmetBar, круглосуточный бар, фитнес-центр, спа и web-уголок iMac. Гостиница предлагает круглосуточное обслуживание в номерах, бесплатный Wi-Fi на всей территории и парковку.

СПРАВКА «ТБ»

Под одной крышей с «Novotel Красноярск Центр» находится отель «ibis Красноярск Центр». Его 116 номеров оформлены в ярком динамичном стиле бренда и оснащены всем необходимым для комфортного размещения и отдыха. 4 номера отеля созданы с учетом потребностей гостей с ограниченными физическими возможностями.

Инвестором проекта выступила компания KAYI Holding. «Благодаря сегодняшнему открытию количество отелей группы AccorHotels в России и СНГ достигло 33. Мы надеемся, что гости и жители города по достоинству оценят комфорт и качество услуг, предлагаемых новыми отелями ibis и Novotel», – говорит региональный директор подразделения AccorHotels в России и странах СНГ Алексис Деларофф.

«COURTYARD BY MARRIOTT НИЖНИЙ НОВГОРОД»

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ 12 января 2016 года

4*



РАСПОЛОЖЕНИЕ

Нижний Новгород, ул. Ильинская, д. 46



НОМЕРНОЙ ФОНД

143 номера, в том числе 129 номеров «делюкс», 9 улучшенных, 4 люкса и президентские апартаменты с отдельным входом.



СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 5759 рублей за стандартный номер за ночь



К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Бесплатный Wi-Fi в зонах общего пользования. Бальный зал «Светлояр», оформленный «в духе российских бальных комнат XVIII века», там путешественникам предложат блюда русской и европейской кухни. В кафе-бистро Center 46, расположенном в лобби отеля, можно перекусить в неформальной обстановке в течение всего дня. Есть конференц-зал и несколько переговорных комнат общей площадью более 460 кв. м и вместимостью до 150 человек.

СПРАВКА «ТБ»

Для размещения гостиницы инвестор произвел капитальный ремонт исторического здания — дома купца Сироткина. Фактически отель располагается в новом помещении, но входной группой для него служит фасад старинного особняка.

Генеральным менеджером отеля стал Ханс Энтони Принс. По его словам, объем вложений в отель составляет более €10 млн.

Гостиница войдет в инфраструктуру объектов, строящихся к Чемпионату мира по футболу–2018. Всего в Нижегородской области к ЧМ по футболу откроется 14 отелей.



«PALMIRA BUSINESS CLUB»

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ 15 ноября 2015 года

4*



РАСПОЛОЖЕНИЕ

Москва, Новоданиловская наб., д. 6, строение 1



НОМЕРНОЙ ФОНД

228 современных комфортабельных номеров шести категорий, включая апартаменты. Все номера оформлены в классическом стиле и оборудованы кондиционером и телевизором с плоским экраном.



СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 8415 рублей за стандартный номер за ночь



К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Wi-Fi на всей территории отеля, круглосуточный консьерж-сервис, медиациентр Palmira MediaMax, спа-центр, помощь в организации мероприятий. Ресторан Carpe Diem предлагает гостям меню европейской и паназиатской кухни. Отель также располагает конференц-залами (максимальной вместимостью до 300 человек), оснащенными всем необходимым техническим оборудованием.

СПРАВКА «ТБ»

Palmira Business Club — это второй отель под брендом Palmira. На Южном берегу Крыма, в Ялте, работает курортный отель Palmira Palace Resort & Spa 4*.

«HILTON GARDEN INN ULYANOVSK»

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ Декабрь 2015 года

4*



РАСПОЛОЖЕНИЕ

Ульяновск, ул. Гончарова, д. 27



НОМЕРНОЙ ФОНД

176 номеров, в том числе 5 люксов и одни апартаменты. Номера обладают всеми характерными особенностями бренда, включая кровать с системой Garden Sleep System, эргономичное кресло Mirra от Herman Miller и бесплатный высокоскоростной Wi-Fi доступ к интернету.



СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 5600 рублей за двухместный номер в сутки



К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Бизнес-центр с конференц-залами и зонами для переговоров площадью от 20 до 200 кв. м, рестораны, тренажерный зал, паркинг, круглосуточный магазин закусок Pavilion Pantry.

СПРАВКА «ТБ»

Отель Hilton Garden Inn Ulyanovsk находится в собственности компании «Загора» под управлением Hilton Worldwide. Это первый объект бренда Hilton Garden Inn в Ульяновске. Соглашение о строительстве отеля было подписано в 2010 году. Объем инвестиций, привлеченных в регион, составил около 2 млрд рублей. Завершить строительство предполагалось в 2012 году, но сроки сдвинулись из-за того, что было решено сделать отель более высокого уровня, чем планировалось изначально. Изменение структуры номерного фонда повлекло за собой изменения в проекте. «У нас появились президентские номера, апартаменты — то, чего стандартами компании Hilton не предусматривалось для Ульяновска», — поясняет член совета директоров строительной корпорации «Авиакор» Юрий Левин.

Полет нормальный

Российский рынок онлайн-туризма продолжил расти в 2015 году, несмотря на кризис в отрасли. Какие структурные изменения ждут его в этом году и что будут предпринимать игроки для того, чтобы упрочить свои позиции, рассказывают ведущие эксперты, работающие в сфере онлайн-трэвел.



АЛЕКСЕЙ ДОРОШ

директор онлайн-агентства
«Связной Трэвел»

Год стал кризисным для туристической индустрии, однако онлайн-агентства в текущей ситуации пострадали гораздо меньше, чем туроператоры. В частности, на ОТА не отразилась ситуация с Египтом: египетские курорты были фактически 100%-ным чартерным направлением, равно как и турецкие.

Текущая доля онлайн-агентств на рынке — около 30% — и она продолжит расти. ОТА в этом году ждет отмена комиссий авиакомпаний за продажу билетов, что повлияет на заработок игроков рынка и приведет к тому, что обороты от продаж останутся либо на уровне 2015 года, либо сократятся. В подобных условиях показывать рост 30% и более будет практически невозможно.

В сильной позиции останутся те, кто в последние годы уже ставил в приоритет прибыльность, а не безудержный рост оборота. Кроме того, выигрывать будут игроки, которые делают ставку на технологичность и удобство для пользователей и имеют механизмы лояльности. В 2016 году ОТА явно будут нацелены на работу с внутренней эффективностью. В связи с этим изменится их подход к собственному продвижению и расходам. Больше внимания нужно будет уделять тем каналам продаж, где доминируют лояльные клиенты.



ФИЛИПП БРИНКМАНН

генеральный директор
онлайн-агентства Tripsta

Год был однозначно непростым, особенно остро сказывались на рынке e-travel флуктуации национальной валюты. Существенное падение продаж авиабилетов также не могло не отразиться на туристических онлайн-сервисах. Тем не менее в 2015 году обошлось без громких банкротств ОТА, метапоисковиков и других платформ. Компании вовремя сумели адаптироваться к новым реалиям рынка, поэтому перемен в числе игроков не предвидится и в следующем году.

Рынок онлайн-трэвел уже достиг критической точки в минувшем году, и ожидать дальнейшего сокращения количества путешественников не стоит. При этом туристы будут особенно чувствительными к соответствию заявленной цены и конечной стоимости билетов и будут выбирать ОТА по принципу надежности.

ОТА по продаже авиабилетов также ожидают испытания, в первую очередь из-за отмены агентских комиссий основными российскими перевозчиками. Онлайн-агентства продолжают интегрировать дополнительные платные услуги, активно работать с лояльными клиентами и развивать мобильные каналы продаж.



ЛЕОНИД ПУСТОВ

директор по IT-технологиям
компания «Инна Тур»

Это был год стрессового тестирования российской туристической индустрии. Кризис существенно замедлил динамику онлайн-рынка, но он все еще быстро растет: если в 2014 году он увеличился примерно на 50%, то в 2015 году, по моим оценкам, на 30%. Основные тенденции, которые продолжатся в 2016 году: рост интереса к самостоятельной организации поездок и желание найти бюджетные варианты отдыха.

Структура рынка принципиально не изменится. Самым крупным сегментом, занимающим около половины рынка, останутся авиабилеты. Ж/д-билеты и отели в 2015 году имели сопоставимые объемы. Думаю, что ж/д-билеты в этом году «отодвинут» отели на третье место. Туры останутся на четвертом месте, увеличив свою долю. По моим оценкам, рынок онлайн-трэвел в денежном выражении останется на уровне 2015 года. Не думаю, что нас ждут громкие банкротства, но небольшие компании, находящиеся далеко от точки самоокупаемости, могут уйти с рынка.

Игроки будут фокусироваться на растущих сегментах, в частности, развивать мобильные приложения. Кроме этого, ОТА жизненно важно научиться эффективно продавать дополнительные услуги. Это могут быть как знакомые услуги, такие как страхование и бронирование отелей, так и новые продукты, например, динамическое пакетирование. **ТБ**

7-я ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2016

18 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинарование

с 1 апреля 2016 г.

Церемония награждения

29 сентября 2016 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

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



УЧРЕДИТЕЛИ



ТОРГОВО-
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА РФ

BUSINESS TRAVEL
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВЫЙ ТУРИЗМ
ИСТЕЧЕ ■ АССОЦИАЦИЯ ■ КОМПЕТЕНЦИЯ ■ ВУСЛАСТЬ

conference.ru

ОРГАНИЗАТОР

t6events
ТУРБИЗНЕС

Уходящая натура остается



Туры выходного дня — вид отдыха, хорошо знакомый по сравнительно недавним временам. У большинства он ассоциируется с профсоюзом, красным «Икарусом», группами по сорок с лишним человек и ненавязчивым, чисто советским сервисом. Но поездки «на уикенд» по-прежнему существуют. Чем они живы сегодня и есть ли у них будущее? Разбираемся вместе с экспертами, задавая им простые вопросы.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

НА ЧЕМ ЕДЕМ?

Сегодняшние туры выходного дня, обычно двухдневные, реже — трех- и однодневные, это в абсолютном своем большинстве туры автобусные. Круизы — тема отдельная, «малой» авиации в современной России практически не стало, а там, где она вынужденно сохранилась (например, на Соловецких островах — за исчезновением судов, перевозивших туристов на архипелаг), организаторы туров вынуждены существенно повышать их стоимость.

Как и на железных дорогах, чьи перевозки в результате «гибкой» ценовой политики РЖД (читай: постоянного повышения цен на билеты и постепенного вымывания более дешевого плацкартного сегмента) стали зачастую дороже авиационных. Партнерство с РЖД имеет для турфирм ряд плюсов и ряд минусов. Главный плюс — отсутствие «пробок» и точное по времени прибытие в пункт назначения. Это особенно важно при организации набирающих популярность поездок в более отдаленные от Москвы, чем привычное Золотое кольцо, города — Тамбов, Липецк, Елец, Белгород и т.д.

Минусов, правда, гораздо больше: обычно железнодорожные перевозки на организованных туристов никак не ориентированы. Яркий пример — поезд до Костромы с запредельно

ранним прибытием туда и обратно. А в принимающих городах, за очень редким исключением, инфраструктура приема пока не развита: мало или вовсе нет комфортабельных автобусов, цены на их аренду зашкаливают да и квалифицированных местных гидов маловато.

КУДА ЕДЕМ?

Предпочтения отечественных туристов за последние десятилетия изменились мало. Москва. Санкт-Петербург. Готовящееся отметить полувековой юбилей Золотое кольцо — его появление было обусловлено не только богатым историческим наследием, но и исторической логистикой: расстояния между городами обычно кратны ямским перегонам (60–70 км).

Изменения в этом списке обусловлены в первую очередь «раскрученностью» в СМИ: Великий Устюг (где туристическая инфраструктура поначалу далеко отставала от спроса), Мышкин, в последнее время — село Вятское под Ярославлем. Все большую роль в формировании спроса начинает играть и так называемое «сарафанное радио»: рекомендации друзей, получаемые как лично, так и в социальных сетях — в некоторых регионах делают основную ставку именно на него.

Не секрет и то, что попадание (и непопадание) в список популярных маршрутов часто связано и с субъективной позицией тех, от кого зависит развитие туризма. Так, например, директор одного из лучших в Подмоскowie художественных музеев, расположенного в историческом городе, жалуется на отсутствие туристов. И этот же директор полностью закрывает для групп свой музей — под предлогом проведения новогодних елок — в зимние каникулы, когда и потенциальный спрос велик, и дороги свободны.

ЗА СКОЛЬКО ЕДЕМ?

Исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе высказала предположение, что средняя стоимость двухдневного тура не должна превышать 10 тысяч рублей. Большинство туров выходного дня в эти пределы, несмотря на растущие экономические трудности (подорожание бензина и т. п.), пока укладывается. Хотя, например, столь популярные сейчас интерактивные программы и очень желательная гастрономическая составляющая тура заметно влияют на его удорожание, равно как и уже упомянутые перевозки по железной дороге.

ЗА ЧЕМ ЕДЕМ?

Простой ответ — «за новыми впечатлениями» — явно недостаточен. Да, туры выходного дня покупают чаще всего те, кто в конкретный Углич, Суздаль или Торжок едет впервые. Но есть, особенно среди туристов старшего поколения, и «фанаты», к примеру, того же Ростова Великого, которые ездят в него по многу лет подряд.

При этом сегодняшний турист, «вооруженный» интернетом, не в пример советскому более любознателен, въедлив и придирчив, требуя, с одной стороны, максимальной «содержательности», высокой отдачи на единицу вложенного времени и средств, а с другой, даже при самом жестком временном графике, обязательного присутствия в нем свободного времени.



СЕРГЕЙ ЗЕНКИН
генеральный директор компании
«Роза ветров»

Сегодня туры выходного дня явно проигрывают по всем показателям самостоятельным путешествиям, тем более что автомобили имеют более трети жителей Европейской России. И если мы хотим действительно развивать внутренний туризм, то государству надо позаботиться о наращивании его инфраструктуры, в первую очередь дорог: обеспечить их безопасность, оснастить такими прозаическими вещами, как теплые туалеты и придорожные пункты питания. А продавать автобусные туры выходного дня невыгодно, в первую очередь — для принимающих фирм, работающих «с потока» и совсем не склонных заботиться об отдельном туристе. А если о деньгах... Исходя из стоимости двухдневного тура в 10 тысяч рублей или даже меньше, умножьте его на количество членов средней российской семьи — то есть на три или на четыре... Получается сумма месячной зарплаты. Не дороговато ли?



МИХАИЛ РОМАНОВ
генеральный директор
туроператора «Орфей»

Кто сегодня составляет аудиторию туров выходного дня? Либо люди, знающие историю и культуру России, — это старшее и «очень старшее» поколение. Либо те из молодых, кто ими интересуется, а таких, увы, прямо на глазах становится все меньше. То положение, в которое попал турбизнес сегодня, мы переживаем впервые: все предыдущие кризисы очевидно подразумевали возможность выбора, а значит, и выхода из них. Сегодня, увы, мы живем в совсем новой реальности. Кроме того, должно быть двухстороннее движение: те, кто стремится развивать внутренний туризм вообще и туры выходного дня в частности, должны встречать в своей работе ощутимую поддержку государства. А ее нет — дело ограничивается только произнесением правильных слов.

Тенденция очевидна: спрос на короткие событийные поездки в регионы растет, но не устаревают классические уикенд-туры в Москву и Петербург



КОГДА ЕДЕМ?

В межсезонье туры выходного дня традиционно считаются более востребованными как яркий контраст трудовым будням и в силу того, что в теплое время года спрос идет на более продолжительный отдых. В некоторых турфирмах в летнее время однодневные туры вообще не проводятся. «Мертвым сезоном» практически все эксперты считают конец октября, ноябрь и декабрь, когда световой день быстро сокращается и даже днем «смотреть не на что».

Все более востребованными становятся «событийные» туры выходного дня — на Рождество, на Масленицу, в день России — и особенно тогда, когда выходные дни соединяются с праздничными (23 февраля, 8 марта, 4 ноября и т. д.). Очевидно, исходя именно из этих соображений «межсезонный» календарь туристических событий в регионах насыщается все большим количеством праздников. Таких, как «Великая ростовская уха» в Ростове Великом или праздник Русского холодца в Подмосковье. Не стоит забывать и о региональных программах в Музейную ночь и Ночь искусств.

Министерство культуры и Ростуризм создают единый общенациональный календарь туристических событий. Его «глубина» достаточно велика для подготовки «событийных» туров. Дело за желанием.

В КАКОЙ КОМПАНИИ ЕДЕМ?

Похоже, что «старосоветские» туры на больших автобусах постепенно уходят в прошлое, спрос на них падает. Хотя и у них пока есть своя, довольно устойчивая группа потребителей: туристы, точнее, по преимуществу туристки, от сорока и старше — молодежь предпочитает путешествовать на автобусах меньшей вместимости и в более тесной компании.

Из этого вопроса вытекает более общий, более стратегический: а есть ли вообще перспективы у туров выходного дня? Многие эксперты смотрят на их будущее весьма пессимистично.

Опираются они при этом, во-первых, на статистические данные — например, на стремительно растущее количество собственных автомобилей, особенно в европейской части России, а во-вторых, на стилистику работы основной массы турфирм, которые предпочитают по старинке работать «с потока», а не уделять большее по возможности внимание тому, чего хочет каждый отдельный турист.

И возросший на 10–15% в последнее время на внутренних направлениях турпоток, обусловленный известными экономическими трудностями, по мнению скептиков, об устойчи-

вом векторе его развития совсем не свидетельствует. Тем более что тот же экономический кризис вынуждает выходить на внутренний рынок многочисленных игроков, не имеющих навыков в его продвижении.

Оптимисты, напротив, полагают, что пакетные туры выходного дня изменятся, но никуда не денутся. Да, в них будет все больше проявляться «событийная» составляющая — это признают даже скептики. А собственные автомобили есть — и будут! — далеко не у всех. Вдобавок для того, чтобы получить желаемый турпродукт в полном объеме, самостоятельным путешественникам надо обладать далеко не всегда присущей им организованностью. И, наконец, по вполне объективным причинам с возрастом потребность именно в организованном отдыхе увеличивается.

Так что гамлетовская дилемма перед теми, кто занимается турами выходного дня, видимо, не стоит. Вопрос лишь в том, чтобы не работать по старинке, а понимать, что именно нужно сегодня потребителю туристического продукта. **ТБ**



ИРИНА АСТАХОВА
директор офиса по России
туроператора «Ванд»

Я бы не стала переживать за будущее пакетных туров выходного дня. Самостоятельные путешествия молодого поколения — это, конечно, хорошо, но у любого из юных, активных и продвинутых неизбежно наступит возраст, когда ему не захочется бесконечно сидеть в интернете, бронируя гостиницы, интересуясь календарем туристических событий и временем работы музеев. Вот тогда-то и они придут в турфирмы — для того, чтобы им нужно было только явиться к месту отъезда группы. А организаторам надо быть готовым к удовлетворению самых неожиданных пожеланий.



ЕЛЕНА КАНЕВА
исполнительный директор
Ассоциации малых
туристических городов России

Еще два-три года назад туры выходного дня можно было отнести к так называемой «уходящей натуре», которой приходят на смену самостоятельные путешествия. Но сейчас ситуация меняется, становится ясно, что пакетные туры выходного дня — это единственная возможность для множющейся прослойки малоимущих увидеть свою страну. А значит, турфирмам надо с максимальной гибкостью и чуткостью подходить к вопросам ценообразования, поскольку денежный вопрос для абсолютного большинства их клиентов — самый главный.







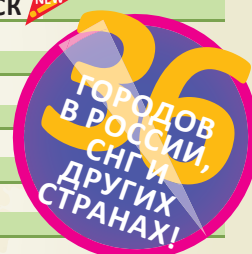
T6 workshop

ТУРБИЗНЕС

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» — САМЫЕ КРУПНЫЕ, ПОПУЛЯРНЫЕ И УСПЕШНЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ И СНГ

КАЛЕНДАРЬ ВЕСЕННЕЙ СЕРИИ — 2016

МАРТ 09–11	ЛИПЕЦК  → ВОРОНЕЖ → БЕЛГОРОД 
МАРТ 14–17	ТОЛЬЯТТИ → ПЕНЗА → САРАТОВ → АСТРАХАНЬ 
МАРТ 16–18	ЕКАТЕРИНБУРГ → ПЕРМЬ → ИЖЕВСК
МАРТ 28–01 АПРЕЛЬ	ВОЛГОГРАД → РОСТОВ-НА-ДОНУ → КРАСНОДАР → СТАВРОПОЛЬ → ПЯТИГОРСК
04–08 АПРЕЛЬ	УФА → САМАРА → НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ → КАЗАНЬ → Н.НОВГОРОД
12–15 АПРЕЛЬ	ЧЕЛЯБИНСК → КУРГАН → ТЮМЕНЬ → СУРГУТ
18–22 АПРЕЛЬ	ОМСК → БАРНАУЛ → НОВОКУЗНЕЦК  → КЕМЕРОВО → ТОМСК 
20 АПРЕЛЬ	МИНСК
26 АПРЕЛЬ	БАКУ
25–27 АПРЕЛЬ	АРХАНГЕЛЬСК → САНКТ-ПЕТЕРБУРГ → ПЕТРОЗАВОДСК
28–29 АПРЕЛЬ	ТБИЛИСИ → ЕРЕВАН



РАБОЧЕЕ МЕСТО НА WORKSHOP:

РОССИЯ: 17 тыс. руб.
(за один город),
СНГ: 29 тыс. руб.
(за один город).

УЧАСТИЕ В БИЗНЕС-ЗАВТРАКЕ:

11 тыс.руб.
(1,5 — 2 часа в одном городе)

ОРГАНИЗАЦИЯ МАСТЕР-КЛАССОВ:

РОССИЯ: 20 мин. — 5 тыс. руб.,
30 мин. — 7 тыс. руб., 40 мин. — 10 тыс. руб.,
60 мин. — 14 тыс. руб.
СНГ: 20 мин. — 6 тыс. руб., 30 мин. — 8 тыс. руб.,
40 мин. — 10 тыс. руб.

ИСПАНИЯ — СТРАНА-ПАРТНЕР



ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРЕДЛАГАЕМ:

ДОСТАВКУ МАТЕРИАЛОВ
К РАБОЧЕМУ МЕСТУ
В РОССИЙСКИЕ ГОРОДА
от 48 руб./кг.

ПАКЕТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ
8 тыс. руб. в одном городе РФ
и 15 тыс. руб. в одном городе СНГ
вкл. трансферы по программе,
обеда, проживание
и поздний выезд.

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ
В КАТАЛОГАХ WORKSHOP
от 6 тыс. руб.

ЗАОЧНОЕ
УЧАСТИЕ В WORKSHOP
Россия 8,5 тыс. руб.,
СНГ 12 тыс. руб.

ОРГАНИЗАЦИЯ
ИНДИВИДУАЛЬНЫХ
ПРЕЗЕНТАЦИЙ, РОУД-ШОУ,
КОНФЕРЕНЦИЙ ДЛЯ КОМПАНИЙ
В ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ
РАЗЛИЧНОЙ СЛОЖНОСТИ.

ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»:

Руководитель отдела:
Координатор отдела:
Координатор спец. проектов:
Менеджер отдела:

Людмила Сивова / workshop@tourbus.ru
Кристина Сивова / k.sivova@tourbus.ru
Виктория Кудряшова / v.perova@tourbus.ru
Елена Архипова / e.arhipova@tourbus.ru

(495) 723-72-72;
www.tb-workshop.ru, www.tourbus.ru,
www.idtourbus.ru, wshotels@tourbus.ru



С 1998 г. ПРОВЕДЕНО СВЫШЕ 430 МЕРОПРИЯТИЙ В 50 ГОРОДАХ РОССИИ, СТРАН СНГ И ЕВРОПЫ

Каталония без спешки

Крепость Сиурана,
бывший мавританский бастион

Необыкновенный сладкий лук, ведьмы с золотыми метлами, ожившие тени «добрых людей», мишленовские рестораны в горных деревушках и отменные красные вина — все это ждет туристов, которые отправятся от Средиземноморского побережья в «каталонскую глубинку».

ТЕКСТ МИХАИЛ ШУГАЕВ

Несмотря на продолжающийся кризис, в полной мере затронувший туристическую отрасль, испанское направление в этом году обещает сохранить свои позиции, а по мнению ряда туроператоров, на фоне «закрытия» Турции может даже укрепиться.

Прежде всего это относится к наиболее популярному среди наших туристов региону страны — Каталонии, которая у большинства ассоциируется с заполненными средиземноморскими курортами, архитектурными шедеврами Гауди и неподражаемыми художественными фантазиями Дали.

Но Каталония может предложить многое и тем, кто устал от городской суеты и ищет уединения. Всего в нескольких десятках километров от шумного и яркого курортного побережья здесь раскинулись живописные луга, а за средневековыми стенами прячутся старинные городки, уклад жизни которых сохраняется уже не одну сотню лет, и куда не так часто попадают зарубежные гости, предпочитающие исхоженные туристические тропы.

По словам руководителя PR-службы туристического офиса Каталонии в России и стра-

нах СНГ Татьяны Михалевой, путешествия по «каталонской глубинке» в последнее время становятся все более востребованными. Во-первых, несмотря на разнообразие предлагаемых крупными операторами по Каталонии экскурсионных программ за два десятилетия сформировался определенный набор «проверенных» маршрутов. Между тем среди россиян, посещающих Каталонию, велико число «возвратных» туристов. Так что даже для тех, кто предпочтет этим летом пляжный отдых, будет интересно отправиться на рафтинг по горным рекам или на конные прогулки по высокогорью.

Еще один сегмент туристов, которым интересна «другая Каталония», — это индивидуалы, арендующие автомобили и самостоятельно выстраивающие маршруты по региону. Чаще всего такие путешественники активно пользуются интернетом и заранее планируют, что посмотреть. Но и им туроператоры могут предложить размещение в необычных отелях, нестандартные экскурсии, посещение деревенских ресторанчиков с аутентичной местной кухней и лучших винодельческих хозяйств.

Каталонская сиеста



ЭКСКУРСИИ СО ВКУСОМ

Гастрономическая составляющая — одна из важных частей каталонского туризма, особенно популярная у наших туристов на фоне продовольственных антисанкций. Наверное, нет нужды говорить, насколько самобытна каталонская кухня, где все готовится из свежайших продуктов, выращенных на благодатной средиземноморской земле, и где «в лучшей пропорции» смешаны испанские, каталонские и уникальные местные традиции.

Пожалуй, главное национальное гастрономическое развлечение, мимо которого невозможно пройти в Каталонии, — это кальсотада, приготовление и поедание сладкого лука-кальсота. Ритуал начинается с запекания лука на открытом огне, после чего участники действия в смешных фартучках учатся извлекать из обгоревших луковиц вкусную и полезную сердцевину. Насытившись луком-кальсотом, туристы узнают, что он был лишь закуской, за которой следуют местные деликатесы: колбаски «ботифарра», жареная баранина с чесночным соусом алиоли и так далее — вплоть до классического нежнейшего карамельного каталонского крема. Разумеется, все это запивается превосходными местными, прежде всего красными, винами из винограда, растущего на солнечных пиренейских склонах.

Кстати, посещение винодельческих хозяйств, таких, например, как Celler Burgos Porta в горной местности Приорат, в провинции Таррагона, — важная часть путешествий по «каталонской глубинке». Здесь гостеприимные хозяева, выращивающие виноградную лозу уже в четвертом поколении, с удовольствием покажут туристам свои владения, причем экскурсия с дегустацией стоит всего 10 евро.

ВОЛШЕБНАЯ СИЛА ГОР

Поклонникам активного отдыха вдали от городской суеты понравятся походы по высокогорному национальному парку Айгуэстортес-и-Эстань-де-Сан-Мауриси. Летом по парку можно путешествовать на внедорожниках или пешком, зимой — совершать прогулки на снегоступах к Черному озеру и незамерзающим водо-



В бар городка Сорт ведьмочки слетаются на бокал вина после шабаша

падам или к живописнейшим Заколдованным горам.

Для любителей истории в древней крепости горной деревушки Сиурана проведут театрализованную экскурсию, погружающую во времена арабского владычества.

Время остановилось и еще в одном удивительном уголке Пиренеев — городке Бага, где полностью сохранилась городская планировка, созданная местным бароном в далеком 1233 году и где до сих пор обитают призраки скры-

вавшихся здесь «катаров» — жестоко преследуемых официальной церковью средневековых еретиков, «добрых людей».

Своя изюминка есть в каталонских Пиренеях даже у самого маленького населенного пункта. Вот, скажем, в окруженный горными вершинами Сорт (в переводе означает Удача) ежегодно съезжаются тысячи каталонцев, чтобы купить билеты традиционной рождественской лотереи.

Увидеть, как завораживающие пейзажи горной Каталонии воплощаются в художественные фантазии, можно в доме-музее Сальвадора Дали, расположенном в рыбацкой деревушке Портльигате рядом с французской границей. За полвека, проведенные здесь, эксцентричный гений превратил несколько белоснежных домиков на берегу Средиземного моря в произведения искусства.

И конечно, поклонникам Дали, отправляющимся в Портльигате, нужно обязательно посетить парк вулканических скал на морском берегу у мыса Кап-де-Креус — самой восточной точки материковой Испании. Туристы без труда узнают в каменных фигурах, застывших на морском берегу, сюрреалистические образы, воплощенные в полотнах Дали. **ТБ**



ХОСЕ МАРИЯ ПЕРРАМОН
глава туристического представительства Каталонии в странах СНГ и Восточной Европы

Минувший год был объявлен в Каталонии годом туризма во внутренних и горных районах, поэтому мы представляли и продвигали не только традиционный отдых на побережье, но и программы вдали от моря. Каталонские Пиренеи предлагают туристам, мечтающим убежать от городской суеты, множество возможностей. Это и прогулки по горам на лошадях, сегвеях или снегоступах, и путешествия по «винным маршрутам», и спaprogramмы, и гастрономический туризм, и горнолыжный отдых и многое другое. Несмотря на то что по всем понятным причинам турпоток россиян в Каталонию в минувшем году снизился, мы не собираемся сворачивать свою активность на российском рынке, где мы присутствуем уже более 20 лет. Российские туристы очень любознательны, и в 2016 году мы постараемся предложить их вниманию необычные маршруты, которые подарят им новые впечатления и обязательно понравятся.

www.catalunya.com



Образы Дали на мысе Креус



Эмираты: НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ

Впервые за новейшую историю российского турбизнеса зимой не было лидера сезона — Египта, что привело к росту спроса на альтернативных направлениях. Ключевую роль в замещении арабской республики сыграли ОАЭ. Однако участники рынка считают, что Эмираты не стремятся стать заменой Египту, предлагая туристам гораздо более широкие возможности для отдыха.

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДРА
ПОЛЯНСКАЯ



ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ,
генеральный директор
туроператора «АРТ-ТУР»

Дубай — наиболее востребованный эмират на российском рынке (доля продаж в нашей компании около 70%). На второе место впервые вышел эмират Рас-эль-Хайма, привлекая туристов бюджетными вариантами размещения, с небольшим отрывом на третьем месте — Абу-Даби.

БЛИЖНЕВОСТОЧНЫЙ КАЛЕЙДОСКОП

Относительно недолгий перелет, комфортный климат и высокое качество турпродукта делают ОАЭ востребованным направлением на российском рынке. Каждый эмират диверсифицирован и уникален. Дубай, занимающий пальму первенства в рейтинге предпочтений россиян благодаря наличию огромного количества достопримечательностей и развлечений, привлекателен как для VIP-туристов, так и для менее состоятельных путешественников. Растет конкуренция со стороны Абу-Даби: динамично развивающийся в последние несколько лет эмират уже завоевал прочные позиции на российском туристическом рынке. Отличные пляжи, привлекательные цены на размещение, а также близость к Дубаю делают Рас-эль-Хайму, Фуджейру и Шарджу все более популярными. Самый маленький эмират — Аджман — пользуется спросом у любителей спокойного отдыха.

По словам Хайтама Маттара, директора Департамента по развитию туризма Рас-эль-Хаймы, в третьем квартале 2015 года

количество туристов, посетивших эмират, увеличилось на 14% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, составив порядка 200 тысяч гостей. Что касается России, то это второй по величине рынок въездного туризма для Рас-эль-Хаймы — его доля составляет 4,6%.

«Наш департамент по маркетингу тесно сотрудничает как с отелями эмирата, так и туристическими компаниями с целью предложить российскому туристу оптимальные тарифы и тем самым поддерживать и стимулировать турпоток из России, — рассказывает Хайтам Маттар. — Это включает дополнительные ночевки, предоставляемые бесплатно, специальные предложения по еде и напиткам, семейные тарифы с бесплатным размещением и питанием для детей, а также бесплатные развлекательные программы. Еще стоит отметить, что целый ряд отелей в Рас-эль-Хайме работают по системе all inclusive, что также высоко ценят наши гости из России».

Эмират Абу-Даби по итогам 2015 года недосчитался российских туристов: его посетили 25,5 тысяч наших граждан против 30,3 тысячи в 2014 году. В Управлении по туризму заявили,



что, как и в прошлые годы, планируют активно сотрудничать с туроператорами, которые реализуют туры на направлении в России и СНГ. Особый упор будет сделан на регионы, откуда есть прямой перелет до Абу-Даби. Основные усилия в этом году будут направлены на продвижение Абу-Даби как туристического направления для клиентов с достатком выше среднего, которые в меньшей степени подвержены кризису.

«ЕГИПТОЗАМЕНИТЕЛЬ»?

«С момента закрытия востребованных на российском рынке пляжных направлений — Египта и Турции, ОАЭ удалось перетянуть на себя 15–20% дополнительного потока. При этом большего увеличения в этом году ожидать не стоит, поскольку ОАЭ — не самое бюджетное направление, которое также находится сейчас в острой конкуренции с азиатскими странами», — говорит Артур Мурадян, генеральный директор компании Space Travel. По итогам текущего года эксперт прогнозирует спад по причине снижения покупательной способности россиян. Туроператор делает ставку на туристов со средним и выше среднего бюджетом.

Лариса Аханова, PR-директор туроператора TEZ Tour, уверена, что ОАЭ сыграл ключевую роль в замещении двух «закрытых» направлений — Египта и Турции. «Основные потоки были переориентированы именно на это

ТОП-5

событий в Дубае в 2016 году

- Дубайский кулинарный фестиваль
- Дубайские скачки Dubai World Cup
- Художественная ярмарка Art Dubai
- Теннисные чемпионаты Dubai Duty Free
- Фестиваль Middle East Film & Comic Con

направление как самое оптимальное по ключевым параметрам — длительность перелета, цена–качество, стоимость размещения (особенно в эмиратах Шарджа и Рас-эль-Хайма), несложная виза.

Дмитрий Арутюнов, генеральный директор туроператора «АРТ-ТУР», констатирует: каждый год объемы компании на направлении прирастают. «Думаю, что текущий год не станет исключением и также продемонстрирует рост, который, конечно, не будет вызван переориентацией туристов из закрытых Египта и Турции. Собственно, ОАЭ и не нужно перетягивать на себя этот поток. Бывшие «египетские» клиенты в большинстве своем не смогут позволить себе ОАЭ в силу разницы стоимости продукта», — считает эксперт.

Он также рассказал, что спрос на отдых в Эмиратах снизился со стороны «среднего» класса, что вызвано падением платежеспособности. «В дорогом диапазоне снижения объемов практически нет», — отмечает Дмитрий Арутюнов.

В Дубае на сегодняшний день работает

659 отелей

и гостиничных апартаментов на 93 030 номеров. К концу этого года планируется ввести в эксплуатацию еще 15–20 тысяч номеров.

160

отелей и апартаментов работают в Абу-Даби. Не так давно в эмирате открылись отели Grup by Wyndham Hotel, Courtyard by Marriott World Trade Center, в этом году распахнет двери Four Seasons Abu Dhabi. В 2017 году в Абу-Даби состоится открытие отеля Jumeirah Saadiyat Island Resort, претендующего на звание самого роскошного пятизвездочного курорта в эмирате.

19

гостиниц и курортов функционируют в Рас-эль-Хайме, совокупный номерной фонд — 5000 номеров. К 2019 году он должен увеличиться еще на 3600 номеров благодаря открытию 12 отелей. Сейчас в эмирате представлены такие международные бренды, как Waldorf Astoria, Banyan Tree, Rotana, Hilton.



14,2 МЛН

иностранных туристов посетили Дубай в 2015 году, что на 7,5% больше, чем в 2014 году
Источник: «Дубай Туризм»



В 2016 году в Дубае откроется Дом оперы и несколько тематических парков. Среди новых проектов «Дубайская рама» (строение в форме гигантской прямоугольной рамы высотой 150 м и шириной 93 м), отель Hatta Village Inn и этнографический рынок в горном анклаве, дизайнерский район, сафари-парк, рыбный рынок.



Этот год пройдет для Рас-эль-Хаймы под знаком спортивных мероприятий. Департамент по развитию туризма эмирата станет принимающей стороной Европейского челлендж-тура по гольфу в ОАЭ. Ras Al Khaimah Golf Challenge будет проводиться в Al Hamra Golf Club с 26 по 29 октября 2016 года.

В ноябре в Абу-Даби будет проходить этап «Формулы-1», а в конце года состоится Abu Dhabi Food Festival. Также в Абу-Даби в этом году будет продолжаться музыкальный фестиваль Abu Dhabi Classic.



Яна Попова, руководитель по работе с агентствами Premium Travel Group, считает, что у ОАЭ есть все шансы для привлечения дополнительного потока туристов в связи с закрытием Египта и Турции. «Именно поэтому в 2016 году мы делаем акцент на направлении. Мы планируем формировать круглогодичные пакетные туры во все эмираты. Тем более что летом цена значительно ниже. По нашим прогнозам, российский турпоток в ОАЭ по итогам 2016 года увеличится на 30–40%».

РАЗДЕЛ НЕБА

Относительно объемов перевозки на направлении мнения экспертов разделились. Лариса Аханова считает, что перевозки достаточно и она оптимальна с точки зрения туристических потоков. «В Дубай летают «Аэрофлот», flydubai, Emirates, в Шарджу — Air Arabia, в Абу-Даби — Etihad Airways. Выбор авиакомпаний позволяет воспользоваться наиболее выгодными по стоимости предложениями, а также, в зависимости от города прилета, сэкономить время на трансфере», — комментирует она.

Артур Мурадян, напротив, считает, что сегодня можно говорить об избытке «воздуха» на направлении. «Есть информация, что авиакомпания Emigates снимет два рейса в неделю. Чартерными перевозками на направлении занимаются туроператоры Coral Travel, Anex Tour и «Пегас Туристик». Эти игроки замечены в демпинге, кроме того, восстановившись после истории с «Трансаэро», включается в ценовые игры и «Библио Глобус». Остальные туро-

ператоры не ведут эту рискованную политику по причине отсутствия жестких фиксированных блоков». Кроме того, по словам эксперта, к избытку перевозки может привести и полетная программа «Уральских авиалиний» — авиакомпания с 19 января летает из российской столицы в Дубай.

По мнению Дмитрия Арутюнова, переизбыток «кресел» на направлении быть не должно, равно как не должно быть и глобального демпинга. «Раньше им увлекались компании с так называемыми «турецкими корнями», но сейчас они, насколько я понимаю, заняты восстановлением в реестре. К тому же все понимают, что в нынешних реалиях демпингом может заниматься только компания, заведомо планировавшая свое банкротство», — полагает эксперт. **ТБ**

Авиакомпания «Уральские авиалинии» с 19 января начала осуществлять полеты по маршруту Москва — Дубай — Москва. Рейсы выполняются трижды в неделю — по вторникам, пятницам и субботам. Стоимость билетов начинается от 13 тысяч рублей в одну сторону, включая сборы.

Авиаперевозчик flydubai, напротив, принял решение сократить число рейсов в Россию, мотивировав это снижением спроса. С середины января компания не летает в Нижний Новгород. Ранее она отказалась от рейсов в Новосибирск. Полеты в Казань и Самару будут прекращены с мая по сентябрь 2016 года, а из Ростова и Краснодара будет выполняться лишь один рейс в неделю. В Москву с 1 февраля flydubai летает пять раз в неделю.



Превосходя ожидания

Premium Travel Group — «темная лошадка» на российском туристическом рынке. О том, на каких направлениях работает туроператор, чем отличается от конкурентов и что готов предложить клиентам и партнерам, рассказывает директор по развитию компании АРТУР ОГАНЕСОВ.

На своих семинарах вы заявляете, что новый формат туроперейтинга — индивидуальный подход и лучшая цена. Именно этим принципом вы руководствуетесь в своей деятельности?

Совершенно верно, мы британская компания, на российском рынке с 2009 года, и все это время мы создаем новый формат роскошного сервиса как для наших агентств, так и для наших туристов. При этом цена на наш продукт часто лучше, чем у конкурентов.

Как вам удается этого добиться?

У нас невелики затраты на операционные расходы, а главное наше достоинство — индивидуальный подход к каждой заявке. Мы предпочитаем, когда агентства присылают запрос на расчет, в котором мы учитываем все действующие скидки от отелей и просим их под конкретный заказ снизить цену. Также у нас прямые контракты с большим числом отелей.

Каковы ваши основные направления?

Специализируемся на массовых продажах по ОАЭ, Великобритании, Индонезии, Мальдивам, Шри-Ланке, Танзании, России (Москва, Сочи и Красная Поляна, Кавминводы, Байкал, Геленджик, Крым). Предлагаем образовательные программы за рубежом, занимаемся медицинским и индивидуальным туризмом по всему миру.

В чем особенность вашей работы?

Мы всегда стараемся превзойти ожидания партнеров и их клиентов, предлагаем одни из лучших цен на мировом рынке на запрашиваемый продукт, наши партнеры уверены, что их туристы будут окружены максимальным вниманием. У нас единственная в России онлайн-платформа по бронированию образовательных программ, в нашем медицинском департаменте работают врачи. Привилегии для туристов практически бесконечны: апгрейды, скидки, подарки в номер, ранний заезд и поздний выезд. Мы имеем доступ в закрытые ночные клубы, можем организовать стол в уже заполненном ресторане и подтвердить номер в отеле, где уже нет мест.

Формируете ли вы пакетные туры?

На нашем сайте представлены туры в ОАЭ с вылетами из Москвы, Санкт-Петербурга, Краснодара и Минеральных Вод, а также в Индонезию (на Бали) из Москвы. Мы также готовы предложить пакетные туры во многие европейские страны под запрос.

О вас мало известно российскому рынку...

Свою деятельность мы развивали с регионов России, конкретно — с ЮФО и Ставропольского края. С нами сотрудничают ведущие турагентства и консердж-компании. Несколько крупных российских туроператоров работают с нами в странах, где у нас собственные принимающие компании. Мы концентрируемся на существующих партнерах, чтобы предлагать им действительно широкий ассортимент продукта и особенный сервис.

Кто ваши клиенты?

Мы туроператор класса «люкс», и наши клиенты — известные личности и политики. К каждому из них у нас персональный подход, именно поэтому мы заслужили такую высокую репутацию у наших партнеров.

Чем хороши Эмираты с точки зрения отдыха? Какие у вас преимущества на этом направлении?

Это одна из самых динамично развивающихся стран. Здесь шикарные отели, превосходные рестораны, потрясающие развлечения, отдых круглый год, высокий уровень безопасности. Чтобы все это прочувствовать, рекомендую отправиться с нами в рекламный тур. Основная наша сила на направлении — это гарантированные номера в отелях и на рейсах, высокий уровень подготовки гидов и новейший автопарк, отличное знание страны специалистами отдела продаж, поддержка туристов 24 часа. Бесплатные акции: например, виза или трансфер в подарок, апгрейд номера и многое другое. Наличие собственных автобусов для MICE-групп. Одна из лучших цен на рынке на туристический пакет и просто наземное обслуживание.

Действует ли у вас сейчас какая-либо акция для турагентов?

Да, «Happy Sales». Мы, как туроператор, вознаграждаем каждого, кто продал турпакет или просто отель, переводя ему на карточку 1% от стоимости услуги. Во-первых, это мотивирует менеджера к продаже, во-вторых, это дополнительная возможность заработать. **15**





Источники Хаммамат-Маин пользуются большой популярностью у туристов и самих иорданцев

За здоровьем на древнейшую землю

Иордания — древняя и многоликая страна, где получил крещение Иисус Христос, закончил свой земной путь Моисей, а загадочное племя набатеев высекло город в скалах. Ее омывают Мертвое и Красное моря, и отдых здесь воистину оздоравливающий. Располагает Иордания возможностями и для медицинского туризма.

ТЕКСТ
ЕЛЕНА СМИРНОВА



Вифания за Иорданом
Место крещения
Иисуса Христа

ЖИВАЯ «МЕРТВАЯ» ВОДА

Целительные свойства уникальной природной зоны Мертвого моря обусловлены сочетанием воды, воздуха и лечебных грязей. В III в. до н.э. Аристотель писал о них в своих трудах. Римский историк Иосиф Флавий две тысячи лет назад рассказывал о целительных возможностях озера Лашон (так называлось Мертвое море раньше), а прекрасная царица Клеопатра знала об омолаживающих свойствах местного климата и воды.

Благодаря высочайшей концентрации солей (до 32%) и минералов (21 вид) в водах Мертвого моря организм человека расслабляется, кожа разглаживается, стимулируется кровообращение, укрепляется кровеносная система. Мертвое море — самая низкая точка земного шара и самое безопасное место в мире для приема солнечных

ванн. Зависший в воздухе природный фильтр из водяных паров и минералов отражает вредные солнечные лучи, пропуская мягкий ультрафиолет. Здесь можно долго отдыхать на пляже и приобрести лишь легкий и приятный загар.

Целебные свойства воздуха Мертвого моря ощущаются уже к концу первого дня пребывания на курорте. Сухой воздух (влажность около 25%) не содержит аллергенов — промышленных газов, цветочной пыльцы, клещей домашней пыли и т.д. Благодаря высокому содержанию в атмосфере брома, в 20 раз превышающему обычный уровень, сразу же начинается терапия самого распространенного заболевания цивилизации — расстройства нервной системы. Также в воздухе на побережье Мертвого моря на 3,3–4,8% больше кислорода, чем на уровне мирового океана; его максимум наблюдается зимой.

Многие болезни отступают после лечения на Мертвом море. Впечатляют результаты, наблюдаемые у пациентов с atopическим дерматитом: 97% из них отмечают заметное улучшение. Пребывание в Иордании на Мертвом море оказывает положительное воздействие на людей с заболеваниями сердца. Тем, кому показано коронарное шунтирование, рекомендуется перед операцией провести некоторое время на побережье Мертвого моря. Люди, страдающие артериальной гипертензией или ревматическими заболеваниями, вернувшись домой, нередко отказываются от привычного медикаментозного лечения или же сокращают перечень применяемых лекарств. Природные факторы Мертвого моря положительно влияют на ход лечения заболеваний дыхательной системы. Уже многие годы Мертвое море рассматривается ортопедами как одно из лучших мест в мире для реабилитации больных, перенесших хирургическое вмешательство из-за заболеваний опорно-двигательного аппарата или полученных травм.

ЦЕЛЕБНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Поездку на Мертвое море имеет смысл совместить с посещением горячих источников Хаммамат-Маин, которые находятся на 264 м ниже уровня мирового океана в одном из красивейших пустынных оазисов в мире. Тысячи любителей водных процедур приезжают сюда, чтобы ощутить воздействие богатой минеральными веществами воды, льющейся водопадами. Более ста горячих и холодных источников питаются зимними дождевыми осадками, которые выпадают на иорданских нагорьях. Вода нагревается до 63° С благодаря подземной лаве, пробивающейся из трещин в породе.

В курортном комплексе Evason Ma'In Hot Springs & Six Senses Spa (97 номеров) отдыхающим предлагаются грязевое обертывание, гидромассажные ванны и души, подводный массаж, грязевые маски, электротерапия и косметические процедуры. Непосредственно под водопадом от одного из горячих источников находится центр Six Senses Spa.

ТАЛАССО И СПА НА КРАСНОМ МОРЕ

Любителей спа, талассотерапии и отдыха на море ждет Акаба — курорт на Красном море. Это маленький мир, где собрано все самое хорошее, что есть в Иордании, в том чис-



Петра
Одно из семи новых чудес света



Пустыня Вади-Рам
Место, практически нетронутое цивилизацией



Мадаба
Главная достопримечательность — мозаичная карта Иерусалима



Карак
Город, где в течение тысячелетий решались судьбы царей и народов

ле — единственные в своем роде памятники истории, великолепные гостиницы и центры развлечений.

Предложения медицинских спа-центров Акабы грамотно сочетают в себе эстетические, профилактические и лечебные программы.

Морская вода Акабы чиста и богата минеральными солями и олигоэлементами, идентичными человеческой плазме. Благодаря этому человек, принимающий талассотерапевтические процедуры, естественным путем получает недостающие вещества. Подводный массаж улучшает кровообращение и лимфоток. Гимнастика в теплой морской воде назначается при проблемах опорно-двигательного аппарата, артритах, ожирении и нервном переутомлении. Для пациентов, страдающих мышечными судорогами, ревматизмом, депрессиями, предлагаются аппликации морских водорослей на все тело. По мнению специалистов, недельный курс талассотерапии на побережье Красного моря обеспечивает прекрасное самочувствие на ближайшие полгода.

МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ

В Иордании один из самых высоких уровней здравоохранения на Ближнем Востоке. Благодаря привлекательному сочетанию стоимости и качества с иорданскими клиниками активно сотрудничают европейские страховые компании.

Большинство объектов здравоохранения Иордании аккредитованы как внутренними организациями, так и международными. Это повышает доверие к медицинским услугам в стране. Так, например, ряд клиник получил аккредитацию International Society for Quality in Health Care (ISQua, Международное общество по качеству здравоохранения), многие находятся в процессе оценки.

В Иордании разрешена трансплантация органов. Широко применяется пересадка почки, которая в стране разрешена только от живых людей, и пересадка печени. Одна из сложных и востребованных операций — трансплантация костного мозга.

Кардиология относится к наиболее развитым направлениям в медицине Иордании: различным коронарным вмешательствам ежегодно подвергаются тысячи пациентов.

В специализированных клиниках успешно проводятся самые разные виды хирургических вмешательств. **15**

Возвращение в ЮГО-ВОСТОЧНЫЙ РАЙ

© STARWOOD HOTELS & RESORTS

Остров Хайнань формально не считается особым районом Китая — это одна из провинций. Но по сути он особый. Здесь создан фешенебельный курорт мирового класса: море — теплое, пляжи — оборудованные, представлены отели всех ведущих мировых цепочек.

ТЕКСТ
КОНСТАНТИН ИСААКОВ



Статуя богини милосердия Гуаньинь высотой 108 метров — один из символов Хайнаня

Некоторое время назад этот остров в Южно-Китайском море пользовался спросом и у российских путешественников: турпоток в 2012 и 2013 годах достигал 84 тысяч человек, которые летали сюда чартерами «Трансаэро» из Москвы. Но год спустя спрос упал на 95%. Роста не дал и год 2015-й.

И вот сейчас россиянам решили напомнить о Хайнане. Условия отдыха соответствуют мировым стандартам: 300 солнечных дней в году, средняя температура воздуха — 25 °С. Оригинальная, с избытком морепродуктов и недорогая национальная кухня, в отелях доступна и европейская, а кое-где — даже русская. Можно посетить самый большой в Юго-Восточной Азии центр буддизма Наньшань, этнодеревню народов ли и мяо, Остров обезьян, Ущелье бабочек. Широко представлены центры традиционной китайской медицины. То есть направление вполне конкурентоспособно, а альтернативой дорогому перелету могла бы стать чартерная программа.

ДАЛЕКО, ДА НЕДОРОГО

Международный туроператор «Русь-Тур», китайские компании Sanya Holiday

и Longshining International Logistics в конце минувшего года презентовали в Москве совместный инвестиционный проект. Заработать он должен с 5 марта, когда, по плану, стартуют беспосадочные чартерные рейсы Москва — Санья — Москва. Объем инвестиций — 3 млрд рублей, правительство КНР компенсирует часть расходов. Организаторы убеждены: вложения окупятся.

«Рассчитываем отправлять на Хайнань до 2000 человек в месяц, — делится Виталий Псёл, генеральный директор компании «Русь-Тур». — В перспективе же хотим выйти на уровень, который был потерян при отмене прямых рейсов». Виталий Псёл намерен минимизировать стоимость недельного турпакета до 35 тысяч рублей на человека, что вполне сопоставимо с недавними египетскими или турецкими ценами. У «Русь-Тура» есть свой офис на Хайнане, русскоговорящие гиды.

«Мы готовы принять уже в 2016 году более 20 тысяч российских туристов, — поддерживает его Ванг Хай Тан, генеральный директор принимающего китайского туроператора Sanya Holiday. — Каждый отель острова — а их у нас более 100 — распола-

гает русскоязычным персоналом, экскурсии проводим на русском языке».

Китайская сторона берет на себя все финансовые риски и гарантирует бесперебойное авиасообщение с островом. В этом заверил потенциальных клиентов и партнеров глава Longshining International Logistics Юй Хао. Еще одним российским партнером проекта стала российская авиакомпания «ЮТэйр».

ЛЕТЕТЬ ИЛИ НЕ ЛЕТЕТЬ?

Открывать заново направление на падающем рынке выездного туризма — дело непростое. Но Виталий Псёл спокоен. Он рассказал, что в поддержку рейса реализуется информационная кампания, включающая семинары для турагентств. Как же отнестись к проекту сегмент ориентированного на Китай отечественного туроператорского рынка?

По мнению Сергея Джан Ша, президента объединения туроператоров «Русско-Китайский клуб», остров Хайнань и курорт Санья в частности сегодня полностью ориентированы на прием внутренних туристов, приезжающих на 3–4 ночи: по ценам, инфраструктуре, сервисам. Россиянам после Турции и Египта цены покажутся заоблачными.

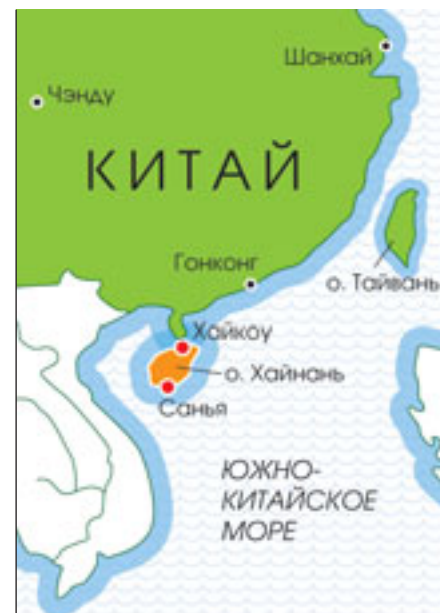
«Санья славится своими фешенебельными бухтами, но из-за десятков миллионов китайцев, прибывающих сюда зимой из Пекина, Тяньцзиня, Харбина, провинций Хэбэй, Хубэй, Хэйлуцзян, местная инфраструктура испытывает беспрецедентную нагрузку, — констатирует эксперт. — Немаловажно, что время потенциального наплыва на остров россиян

(октябрь, конец декабря, начало февраля) совпадает тут с сезоном высоких цен».

К тому же, предупреждает Сергей Джан Ша, наши туристы непременно столкнутся с изощренной системой выжимания денег со стороны гидов. Консолидатор рейса дает местному туроператору право принимать туристов в обмен на комиссию. Туроператор делегирует это право гидам в обмен на оплату. И гиду нужно во что бы то ни стало отбить деньги да и заработать. Туристов постоянно принуждают посещать магазины, фабрики, медцентры. С учетом реальных цен и стоимости всех составляющих тура, включая агентскую комиссию, минимальная цена пакета на одного человека на 10 дней с проживанием в нормальном отеле 4* должна составлять не менее \$1000. Все, что ниже, является демпингом.

Помимо этого, отмечает эксперт, температурные колебания в городе Санья значительны в течение года, а потому круглогодичный чартер проблематичен. Еще одно уточнение: на острове нет ярких достопримечательностей, характеризующих древнюю культуру Китая, и у туристов возникает желание во время отдыха на Хайнане посетить другие города страны. Но тем, кто прибыл на чартерном рейсе, выезд с острова запрещен из-за особого статуса въездной визы.

«Таким образом, — заключает Сергей Джан Ша, — Хайнань не может стать направлением массового туризма из РФ. Наиболее комфортно пребывание здесь для представителей среднего класса, предпочитающих комбинированные туры в Китай в сочетании с отдыхом на острове». **ТБ**



ЧАРТЕР НА ХАЙНАНЬ

Борта Boeing 767-200, а также, возможно, и Airbus-330 будут летать дважды в неделю из Внуково в аэропорт Феникс города Санья. Время в пути — 10 часов. Первый рейс запланирован на 5 марта.

3 Водохранилище Сунтао (20 км от Даньчжоу). Второе по размерам искусственное водохранилище в Китае с прекрасными водными пейзажами. Предлагаются прогулки на теплоходе.

4 Затонувшие деревни (вблизи Хайкоу). В результате землетрясения 1605 года на Хайнане было затоплено более 70 деревень. Сквозь прозрачную воду хорошо видны руины, можно спуститься на дно с аквалангом.

5 Остров обезьян (80 км от Санья). Добираться сюда по канатной дороге. Здесь в естественных условиях обитает свыше двух тысяч обезьян, работает обезьяний цирк.

ТОП-5

достопримечательностей

1 Центр буддизма Наньшань (40 км от Санья). В 1999 году здесь восстановлен древний буддистский храм, а в 2005 году завершилось строительство храма богини милосердия Гуаньинь.

2 Древний город Ячен (45 км от Санья). Здесь интересно осмотреть старинные улочки с 300-летней историей, а также Южный храм Конфуция.



Центр буддизма Наньшань



Долгое время находясь в тени соседних курортных грандов, от Абхазии до Турции, Аджария внешне предъявила миру эффектную визитную карточку: превосходно отреставрированный Батуми. Одновременно автономная республика стала последовательно совершенствовать инфраструктуру туризма.

ТЕКСТ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

Прочное место под солнцем

31,4 ТЫСЯЧИ
россиян посетили Аджарию
за первые 11 месяцев
2015 года

257,5 ТЫСЯЧИ
общее число зарубежных
туристов за тот же период

Черноморское побережье Аджарии как альтернатива турецким и другим курортам? До сих пор так вопрос не ставился, однако объективные к тому предпосылки заявляют о себе всё настойчивей. К сегодняшнему дню Аджария способна предложить широкий спектр многих востребованных видов туризма — морской и круизный, культурный, сельский и экотуризм, а также винный, горнолыжный и MICE-туризм. В каждом из этих жанров есть региональная изюминка, которую невозможно повторить в других местах. Последняя новость: в начале декабря прошлого года открылся небольшой, но обе-

щающий стать популярным горнолыжный курорт Годзери (2025 м над уровнем моря, коттеджи на 72 места), который находится в 190 км от Батуми.

Характерно, что кризис туристической отрасли на Аджарии практически не отразился: общее число туристов, включая вну-

тренних, непрерывно росло со 188,5 тысячи в 2010 году до 431,7 тысячи в 2014-м, а в 2015 году их число достигло 450 тысяч.

Инвесторов, заинтересованных во вложении средств в аджарский туризм, достаточно. Специально для них создана «свободная туристическая зона» близ приморского Кобулету в 20 км к северу от Батуми. Здесь выделена площадь под создание двадцати пяти гостиниц уровня 3–4*. Построив сорок отельных номеров, инвестор освобождается от уплаты налогов на следующие 15 лет. Все коммуникации под строительство и эксплуатацию обеспечивает государство.

Согласно официальной справке, Россия входит в первую тройку стран по количеству туристов, остановившихся в гостиницах Аджарии (частный сектор, емкость которого оценивается в 45 тысяч мест, в этой статистике не учитывается). Видимо, поэтому правительство Автономной республики Аджарии впервые выделяет в текущем году средства на продвижение своего направления в России — более \$80 тысяч. Об этом сообщила в Батуми на встрече с группой российских журналистов Софио Лазишвили — первый заместитель председателя Департамента по туризму и курортам Аджарии. Общий бюджет ведомства составляет около \$2,5 млн.

Среди недостатков отрасли Софио Лазишвили отмечает отсутствие лицензирования турагентов и туроператоров. Первоочередная задача департамента — реализовать программу по классификации средств размещения. **ТБ**

Гостиничный фонд Аджарии составляет 7,1 тысячи номеров в 325 гостиницах с 15,4 тысячей мест. Сегодня в Батуми работают такие пятизвездники, как Radisson Blu, Sheraton, Hilton, Leograd Hotel, Divan Suites. До 2017 года здесь откроются Crowne Plaza, Le Meridien, Marriott, Princess Hotel, Swissotel, что добавит к столичному фонду до трех тысяч мест.



Музеи, выставки, блошинные рынки



Валерия Ланская — одна из самых ярких актрис своего поколения. Ей нет 30, но Валерия успела сыграть в трех с лишним десятках фильмов, принять участие в спектаклях, поставленных в различных театрах. Широта ее актерского амплуа поражает. Она органично чувствует себя в образах Шахризады и Корделии, княжны Анастасии и мамы Герды. Только за последние полгода на экраны вышли еще две картины с участием Ланской.

Валерия, вы очень много работаете, находитесь в постоянном движении и развитии. Откуда черпаете силы? Любите ли поездки в дальние страны, морские курорты, горные лыжи и прочие прелести цивилизованного отдыха?

Безусловно, отдыхать я люблю. Горным лыжам предпочитаю море. Любое путешествие и смена картинки перед глазами всегда идет на пользу и заряжает новыми силами и эмоциями. Особенно интересно открывать для себя новые города. А если есть знакомые местные жители, которые могут показать город изнутри, это просто замечательно. Мечтаю поехать на машине по Европе.

Насколько важен для вас во время путешествий комфорт, «звездность» отеля?

Вы не представляете, сколько городов и сел России я объехала во время гастролой. И в гостиницах приходилось видеть всякое. Так что требования мои сведены до минимума: важно только, чтобы было чисто. Чистое постельное белье, полотенца и нержавеющая вода в кране.

Как-то вы сказали: «Здоровье нужно беречь, и я стараюсь это делать. Я закаляюсь и пью витамины». Бывают ли у вас активно-спортивные поездки? Это ведь тоже прекрасный способ позаботиться о своем здоровье.

Эта цитата не совсем точна. Я не пью витаминов. Но холодной водой действительно обливаюсь. У меня профессия, в которой я целиком и полностью завишу от своего здоровья. Голос, лицо, руки, ноги — все всегда должно быть в тонусе и в самой хорошей форме. Удовольствие от горных лыж или, например, похода на байдарках не стоит риска. Зная, что такое настоящий спорт, я понимаю, чем он опасен. Здоровье я берегу за счет питания и физических нагрузок. Очень люблю много плавать и много ходить.

А еще вы однажды признались: «В природе ищу чувство покоя. В детстве я каждый год проводила у бабушки на даче все лето. Там были лес, озеро и много пустого пространства рядом с домом. И вот с этим большим неухоженным полем для меня ничто не сравнится, это самое родное, любимое место на земле». Человек, который так рассуждает, просто обязан иногда брать рюкзак, палатку и уходить в леса и поля.

Палатки? Это тоже не мое. Я ни разу не была в походе. Пусть это будет съемный деревенский домик, но с кроватью. Да и рюкзаки таскать не люблю. Лучше на машине. Но гулять на природе я действительно обожаю! К тому же красивые места можно найти даже под Москвой. Сравнить сложно, в разных странах я видела множество прекрасных видов, но самым любимым для меня, наверное, навсегда останется Крым с его живописными скалами и диким запахом Черного моря.

Любите ли вы познавательный отдых? То есть приехать в какое-нибудь историческое место, допустим, Рим или Флоренцию, и ходить по городу, любоваться памятниками, заглядывать в музеи?

Да! Это любимейшее занятие! Музеи, выставки, а потом обязательно блошинные рынки или ярмарки с вещичками ручной работы в национальном стиле. Это самое интересное — привезти сувениры и потом всем своим друзьям и родным их дарить.

С этой точки зрения, какие города и страны наиболее вами любимы?

Из последних впечатлений — Вена. Я была там дважды, и оба раза город меня очаровывал и увлекал. Еще мне очень нравится Франция. Я обожаю импрессионистов, а там много выставок и музеев с их работами.

А есть ли место, особенно вас поразившее? Чем и почему?

Когда я собираюсь в новую для меня страну, я много про нее читаю и еду уже подготовленной. Поэтому неожиданностей почти не бывает. Хотя... Китай, Корея — это как будто другая планета! И Монголия произвела неизгладимое впечатление своими контрастами. Немного советская, пустынная, странная, очень самобытная страна. Статуя Ленина на центральной площади, а за ней юрты.

Вам свойственна тяга к знаниям?

Да. Из-за того, что в школьные годы была занята спортом, музыкой, танцами и театром, многое упустила. И сейчас, в уже сознательном возрасте, восполняю пробелы. Купила учебник по истории России, изучаю, что и когда происходило. На данный момент остановилась на эпохе Александра I.

Ваш отец живет в США, поэтому вы нередко там бываете. Что вам в Америке кажется особенно интересным? Есть ли что-то такое, чем она принципиально отличается от Европы?

Американцы совсем другие. В маленьких, нетуристических городах это очень заметно. Больше всего в США я люблю природу. Когда мне было 12 лет, на меня

безумное впечатление произвел Ниагарский водопад. Потом открылись потрясающий Гранд-Каньон, леса Секвойи, горные хребты, которые очень сильно отличаются от европейских и тем более от нашего Урала. Интересно сравнивать.

Не было желания остаться там, стать звездой Бродвея?

Мне часто задают этот вопрос, и я всегда говорю: нет. Искренне, без ложного патриотизма. Я счастлива тем, что могу совмещать множество проектов. Сегодня я играю в Театре оперетты, завтра в Губернском, послезавтра у меня съемка в Ярославле, потом концерт в зале Чайковского. Я переключаюсь и успеваю соскучиться по роли, по коллективу. А там артисты каждый день без выходных, а то и по два раза в день играют один и тот же спектакль. Год или даже больше. И совмещать это с чем-либо еще — невозможно. Для меня это было бы пыткой. Другое дело, если бы подвернулась возможность сыграть там несколько шоу и потом вернуться на родину. Это, конечно, мечта. Но постоянно там жить и работать — нет.

Рассказывают, что Нью-Йорк обладает особой энергетикой и даже магией. Вы это ощутили?

Да, конечно! Каждый раз, направляясь в Америку, я несколько дней провожу в Нью-Йорке. Воспринимаю его как шоу. Это сумасшедший город, как и Москва. Этим он и прекрасен! Нью-Йорк многонационален, в нем невероятное количество туристов, но это не мешает чувствовать себя там своей. Люблю ездить туда с друзьями и сутками бродить по улицам, показывая им самые интересные места.

Вы любите Москву. За что? Какие районы особенно дороги?

Москва — это мой дом! Я здесь родилась. И куда бы я ни ездила, с радостью возвращаюсь домой. Мне близок ритм Москвы. Я чувствую этот город. Люблю центр, старые улицы. Сивцев Вражек, бульвары. Обожаю Нескучный сад, Воробьевы горы. Наши мосты, ведущие в центр, с которых открываются потрясающие виды на Кремль и храмы с золотыми куполами.

А московские музеи?

Времени немного, но стараюсь выбирать. Часто бываю в Пушкинском, в Третьяковке, в ЦДХ. Несколько лет назад там проходила выставка, посвященная творчеству Константина Коровина, и теперь это мой любимый художник.

В мюзикле «Граф Орлов» вы исполняете роль Елизаветы. И как-то вы сказали, что с этой героиней вас объединяет авантюризм. Неужели вы склонны совершать рискованные поступки?

Раньше — в большей степени, чем сегодня. Могу спонтанно сорваться, неожиданно для всех куда-то уехать или улететь. Если, конечно, такая импровизация не вредит работе, которой в моей жизни отведено первое место. К тому же я вышла замуж и хочу больше времени проводить дома, с семьей. Но мы с мужем можем неожиданно купить билеты на самолет и где-нибудь скрыться, никого не предупредив. **ТЕ**

Беседовал Александр Славцкий



30 лет
МИРОВОГО ТРИУМФА
ПРИЗРАК
ОПЕРЫ



СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ

(495) 739 3737 phantom-musical.ru

Основано на романе Гюстава Леру «Призрак Оперы»
Оригинальная лондонская постановка Кэмерона Макинтоша и The Really Useful Theatre Company Limited



Mitt



23-я Московская международная выставка
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

23–26 марта 2016

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

www.mitt.ru



Весь мир. Одна выставка.

Организатор



ITE Москва
+7 (499) 750 0628
travel@ite-expo.ru
www.mitt.ru

Курорт-партнер



Регион-партнер



Официальная поддержка



Министерство культуры РФ



Федеральное агентство по туризму



Правительство Москвы



Российский Союз Туризма



Альянс Туристических Агентств