

Турбизнес

Travel Trade Russia



ПУСТЯТ В ОБЛАКО

КАК ЭЛЕКТРОННАЯ
ПУТЕВКА ИЗМЕНИТ
РЫНОК

ПОВТОРИТЬ ПРОЙДЕННОЕ

КРУИЗЫ ПО ЧЕРНОМУ
МОРЮ – БУДЕТ ЛИ
УСПЕХ?

ЗОЛОТОЙ ЮБИЛЕЙ

ГЛАВНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ
МАРШРУТ ОТМЕЧАЕТ
50-ЛЕТИЕ



главная тема

ИСПЫТАНИЕ ЗАГРАНИЦЕЙ

ВЫДЕРЖАТ ЛИ РОССИЙСКИЕ КУРОРТЫ
РЕЖИМ «РЕАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ»?

12+

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ОСЕННЕЙ СЕРИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» — САМЫХ КРУПНЫХ, ПОПУЛЯРНЫХ, УСПЕШНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РЕГИОНАХ РОССИИ

КАЛЕНДАРЬ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» ОСЕНЬ 2017

СЕНТЯБРЬ 25–29	ПЯТИГОРСК → СТАВРОПОЛЬ → КРАСНОДАР* → РОСТОВ-НА-ДОНУ* → ВОЛГОГРАД
02–06 ОКТЯБРЬ	УФА → ОРЕНБУРГ → САМАРА* → КАЗАНЬ* → Н.НОВГОРОД
09–13 ОКТЯБРЬ	ПЕРМЬ → ЕКАТЕРИНБУРГ* → ЧЕЛЯБИНСК → ТЮМЕНЬ → СУРГУТ
17 ОКТЯБРЬ	МОСКВА
19 ОКТЯБРЬ	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
20 ОКТЯБРЬ	КАЛИНИНГРАД
24–27 ОКТЯБРЬ	ЯРОСЛАВЛЬ → ВЛАДИМИР → РЯЗАНЬ → ТУЛА
24 ОКТЯБРЬ	МИНСК
НОЯБРЬ 01–02	АЛМАТЫ* → АСТАНА
НОЯБРЬ 09	ТАШКЕНТ
НОЯБРЬ 15–17	БАКУ → ТБИЛИСИ → ЕРЕВАН

* — WORKSHOP ПРОХОДИТ В ФОРМАТЕ «НАЗНАЧЕННЫЕ ВСТРЕЧИ + СВОБОДНЫЕ ВСТРЕЧИ»

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

РЕГИОНЫ РФ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: 19 000 руб. (1 город)
СНГ: 30 000 руб. (1 город)
МОСКВА: 30 000 руб.
 для российских компаний.

В СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ ВХОДЯТ:

- предоставление рабочего места (с табличкой и бейджками),
- рекламная кампания в журнале «Турбизнес»,
- приглашение профессиональных посетителей,
- организация подъездных трансферов для посетителей (в некоторых городах),
- размещение информации в полноцветном каталоге workshop и на сайте tb-workshop.ru,
- предоставление базы посетителей после окончания мероприятий.

ИСПАНИЯ — ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРЕДЛАГАЕМ:

- организацию мастер-классов

Россия:	СНГ, Москва:
20 мин. — 6 000 руб.,	20 мин. — 8 000 руб.,
30 мин. — 9 000 руб.,	30 мин. — 12 000 руб.,
40 мин. — 12 000 руб.	40 мин. — 16 000 руб.

- участие в бизнес-завтраках в рамках проведения workshop — от 15 000 руб.
- доставку материалов к рабочему месту в российские города (от 54 руб./кг.)
- пакеты обслуживания (от 8 000 руб. в российских городах вкл. трансферы по программе, обеды и проживание, СНГ от 15 000 руб. в одном городе)
- размещение рекламы в каталогах workshop (от 11 000 руб.)
- заочное участие в workshop (Россия 9 500 руб., СНГ 15 000 руб.)
- организацию индивидуальных презентаций, роуд-шоу, конференций для компаний в городах России и СНГ различной сложности.

БОНУС УЧАСТНИКАМ:

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

ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

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

Руководитель отдела:
Заместитель руководителя отдела:
Координатор отдела:
Менеджеры отдела:

Людмила Сивова
 Кристина Сивова / k.sivova@tb-workshop.ru
 Виктория Кудряшова / perova@tb-workshop.ru
 Елена Архипова / e.arhipova@tb-workshop.ru
 Илья Плясунов / i.plyasunov@tb-workshop.ru



Главный редактор Софья Константинова
s.konstantinova@tourbus.ru

Дизайнер Юрий Киян

Корреспонденты: 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 10 000 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.idtourbus.ru

Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Генеральный директор Иван Калашников
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

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

Отдел workshop
Руководитель Людмила Сивова
L.sivova@tourbus.ru
Елена Архипова
Виктория Перова
Илья Плясунов
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

БЕЛОРУССКО-КАЗАХСТАНСКОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ

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

- Налогу быть
- Зачем Kidy Tour Россия
- «Натали» и «Трансаэро»: кто кого?
- За Дубаем — Швеция и Мексика
- Договор объединил
- Многолетняя поддержка

16 АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

Путевку пустят в облако

ТЕМА НОМЕРА

18 ИСПЫТАНИЕ ЗАГРАНИЦЕЙ

Российские курорты VS зарубежные: интрига сезона

26 ПОВТОРЕНИЕ ПРОЙДЕННОГО

Перспективы возобновления круизов по Крымско-Кавказской линии

28 ТРАНСПОРТ

Новости

30 ГОСТИНИЦЫ

Фокус-открытие

ТЕХНОЛОГИИ

32 Неизвестная сторона известной

«Портбилет 2.0»

34 Новости

РЕГИОНЫ РОССИИ

36 Все взгляды на КМВ

37 «ГРИНН» раскручивает колесо истории

38 Золотой запас России

- Встреча на капитанском мостике
- Лето, на старт!
- MICE по-доминикански
- В масштабах всей страны
- С пользой для дела
- Великолепная четверка в Беларуси



РЫНКИ

- 40 Моравские впечатления
- 42 От Мон-Сен-Мишеля до Моне
- 44 Атракцион для всей семьи
- 46 Борьба за Олимп
- 49 Найти свой остров

50 ЭТО ИНТЕРЕСНО

Круизная панорама

51 VIP-КЛИЕНТ

В путешествии — за эмоциями





Вопрос месяца

КАКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ОТДЫХА В МАЙСКИЕ ПРАЗДНИКИ ПОЛЬЗОВАЛОСЬ НАИБОЛЬШИМ СПРОСОМ?

Черноморское побережье	12%
Подмосковье, Центральная Россия	17%
Кавминводы	6%
Западная Европа	18%
Турция	47%

Источник: опрос на сайте tourbus.ru



70%

россиян поддерживают действие запрета на полеты в Египет. Таковы данные всероссийского опроса, проведенного ВЦИОМ 24–25 апреля среди 1200 респондентов. Также, согласно опросу, 90% граждан России никогда не были в Египте и не планируют поездку туда в ближайшем будущем (82%). О намерении отдохнуть в Стране пирамид сообщили 14% респондентов.

среди 1200 респондентов. Также, согласно опросу, 90% граждан России никогда не были в Египте и не планируют поездку туда в ближайшем будущем (82%). О намерении отдохнуть в Стране пирамид сообщили 14% респондентов.



2-е место

заняла Малайзия в рейтинге наиболее привлекательных для туристов стран Юго-Восточной Азии, согласно отчету The Travel & Tourism Competitiveness, составленному экспертами Всемирного экономического форума. В общемировом «зачете» из 136 стран Малайзия обосновалась на 26-й позиции, пропустив вперед Сингапур (13-е место) и обогнав Таиланд (34-е место).

заняла Малайзия в рейтинге наиболее привлекательных для туристов стран Юго-Восточной Азии, согласно отчету The Travel & Tourism Competitiveness, составленному экспертами Всемирного экономического форума. В общемировом «зачете» из 136 стран Малайзия обосновалась на 26-й позиции, пропустив вперед Сингапур (13-е место) и обогнав Таиланд (34-е место).



106%

Настолько вырос турпоток из России в Дубай за три первых месяца этого года по сравнению с аналогичным периодом 2016 года. Эмират посетило 126 тысяч наших граждан. Первый квартал был успешным и для Шарджи: количество россиян, посетивших эмират, увеличилось на 47% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составило 53,8 тысячи человек.

Настолько вырос турпоток из России в Дубай за три первых месяца этого года по сравнению с аналогичным периодом 2016 года. Эмират посетило 126 тысяч наших граждан. Первый квартал был успешным и для Шарджи: количество россиян, посетивших эмират, увеличилось на 47% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составило 53,8 тысячи человек.



Налогу быть

Курортный сбор появится в России уже через полгода.

Правительство России одобрило вызвавший ранее неоднозначную реакцию законопроект о введении курортного сбора в ряде регионов. Документ предусматривает проведение с 1 января 2018 года по 31 декабря 2022 года эксперимента по введению платы за пользование курортной инфраструктурой в Алтайском, Краснодарском и Ставропольском краях, а также в Крыму. В соответствии с законопроектом за регионами остается право вводить или не вводить курортный сбор на своей территории. Кроме того, субъекты РФ сами устанавливают размер сбора. Законопроектом определен только его максимальный уровень, сейчас это 100 рублей в день.

«Спрос на внутреннем рынке только начал расти, и лишнее удорожание может повредить доступности отдыха в России. Новый сбор будет непонятен туристам», — считают в АТОР.

Вице-президент РСТ Юрий Барзыкин отмечает, что непонятно, например, почему этот взнос обязаны платить и пенсионеры, и командированные. «Кроме того, множество средств размещения пока не сертифицировано и находится вне правового поля. Смущает и неопределенность статуса сбора», — говорит он.

Сергей Зенкин, президент группы компаний «Роза ветров», считает введение курортного сбора совершенно неуместным, особенно на фоне тех преференций, которые предоставляют российским туристам другие страны. «Все борются за российского туриста, кроме нашей страны», — сетует эксперт.

Взять и отменить

Предупреждение Росавиации о возможном запрете чартеров в Турцию решили отозвать.

Российские авиационные власти 5 мая отменили предупреждение о возможном ограничении чартеров на турецкие курорты, сохранив при этом такую возможность для Антальи. При этом в АТОР подчеркивают: повода для паники нет. В ассоциации считают маловероятной приостановку чартеров в Анталью.

В начале апреля Росавиация предупредила российские авиакомпании о возможной приостановке чартерных рейсов в Турцию в связи «со сложной внутривосточной ситуацией» в этой стране. Перевозчикам было рекомендовано принять меры при планировании существующих чартерных программ, что привело к временному спаду интереса туристов к турецкому направлению. Однако спрос достаточно быстро восстановился. Туроператоры единодушно назвали Турцию выездным направлением номер один на майские праздники.

Зачем Kidy Tour Россия

Литовский туроператор вышел на российский рынок и собирается летать в Анталию из аэропорта Жуковский.

Литовский туроператор Kidy Tour объявил о выходе на российский рынок. В летнем сезоне туроператор предложит российским туристам полетную программу из Москвы в турецкую Анталию. Полеты будет осуществлять турецкая авиакомпания SunExpress, совместное предприятие Turkish Airlines и Lufthansa Group. По информации компании, ее первый рейс из Жуковского в Анталию состоится 13 июня.

Kidy Tour — один из ведущих туроператоров стран Балтии, который работает в Литве и Эстонии с 2015 года. Основной акционер компании — крупнейшая в Восточной Европе группа авиационных предприятий Avia Solutions Group, к слову, это совладелец аэропорта Жуковский.

По мнению Любомира Христова, генерального директора компании «Аврора-БГ», желания выйти на высококонкурентный рынок туризма сейчас явно недостаточно. «Если речь идет о Турции, сделать это крайне сложно, поскольку на направлении работают практически все. Речь может идти разве только о стоимости туров, однако в этом случае возникает вопрос о выгоде ведения бизнеса», — считает эксперт.



«Натали» и «Трансаэро»: кто кого?

Суд подтвердил взыскание \$5,8 млн с туроператора в пользу авиакомпании.

Арбитражный суд Московского округа подтвердил взыскание \$5,8 млн с туроператора «Натали Турс» в пользу авиакомпании «Трансаэро». Тем самым кассация отклонила жалобу туроператора, которая оспаривала взыскание долга. Первая инстанция 11 ноября 2016 года удовлетворила заявление авиакомпании о взыскании с турфирмы задолженности по агентскому соглашению, согласно которому ответчик должен был перечислить денежные средства с продаж перевозок за вычетом вознаграждения.

Между тем РСТ обращает внимание на то, что представленная сейчас в Едином федеральном реестре туроператоров компания «Натали Турс», с которой «Трансаэро» взыскивает долг, выездным туризмом не занимается и имеет финансовые гарантии на 500 тысяч рублей. Договоры с розничными партнерами заключает ООО «Панорама Тур». Общий размер финансовой ответственности этой компании составляет 50 млн рублей плюс 50 тысяч рублей, выплаченных в качестве первого взноса в резервный фонд.

За Дубаем — Швеция и Мексика

Еще две страны закрыли туристические представительства в России.

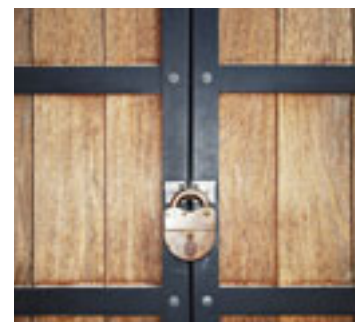
Туристический офис Швеции объявил о закрытии представительства в России. В организации этот шаг объясняют общей реструктуризацией международной деятельности Visit Sweden, необходимостью усиления конкурентоспособности шведского туризма с упором на цифровые технологии. В этой связи помимо России будут

закрыты офисы в Финляндии и Италии.

Представительство Visit Sweden в России было открыто в 2010 году. За семь лет работы шведским туроператором было проведено много различных мероприятий, включая ежегодные воркшопы, выставки, рекламные кампании. Теперь за информацией о Швеции российские туроператоры и жур-

налисты могут обращаться на официальные англоязычные каналы Visit Sweden.

Также, по информации АТОР, офис Совета туристического продвижения Мексики (СРТМ) в Москве, который был открыт в ноябре 2014 года, прекращает свою работу «по техническим причинам». При этом посольство Мексики в Москве продолжит свою работу по



продвижению Мексики как туристического направления. По линии СРТМ российский рынок будет курировать лондонский офис организации.



Поздравляем победителей!

Департамент Министерства туризма Израиля в России и СНГ подвел итоги первого семестра онлайн-академии.

Онлайн-академия Израиля стартовала в декабре 2016 года. За четыре месяца ее студентами стали 377 человек, 200 из которых успешно прошли обучение и получили сертификат «Дипломированного специалиста по Израилю». Первые двадцать были награждены призами.

Среди студентов, успешно завершивших обучение, Департамент Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ разыграл два сертификата на проживание в роскошных израильских гостиницах. Победителями стали Елена Полякова из московской компании «ТРИО групп» и Альбина Сагатдинова из уфимской компании «Мираль». Главный приз — поездка в Израиль — был присужден Анне Румянцевой из компании «Агентство БОН ВОЯЖ» в Санкт-Петербурге (на фото).

Онлайн-академия разработана Департаментом Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ совместно с Издательским домом «Турбизнес». Проект продолжает работу на сайте www.israel-learning.ru.

Договор объединил

Альянс туристических агентств и Союз турагентств выразили совместное недовольство новыми типовыми формами договора о реализации турпродукта.

Две ведущие ассоциации российского турагентского рынка — АТА и СТА — выступили с совместным открытым обращением в регулирующие отрасли органы исполнительной власти с целью получения разъяснений по важнейшему для турагентского бизнеса документу — новой типовой форме договора о реализации турпродукта.

Этим документом вместо «примерных форм» введены две « типовые формы » договора о реализации туристского продукта — для договора между туроператором и туристом и между турагентом и туристом. Формы являются обязательными для туроператоров и турагентов в части соблюдения существенных условий договора. При этом их разрешается дополнять в части

конкретизации каких-либо специфических свойств турпродукта. Это обращение — первое совместное заявление двух ассоциаций.

«Мы полагаем, что применение данной формы договора может повлечь за собой негативную судебную практику для турагентов, так как формулировки, прописанные в договоре, позволят в судебных спорах перекладывать всю ответственность за неисполнение договорных обязательств, касающихся ответственности туроператора, непосредственно на турагента», — говорится в письме. В Ростуризме считают, что типовой договор обязателен к исполнению. Минкультуры сейчас готовит официальное письмо с разъяснениями по его толкованию.



Считать недопустимой и разрушающей рынок практику дальнейшего снижения турагентских комиссий ниже сложившегося уровня, предоставление необоснованных скидок туристам и промотарифов, генерирующих демпинг и значительно повышающих риски; включение в договоры туроператора с турагентом положений, ущемляющих права потребителей (штрафы, неустойки т.д.), которые в дальнейшем приводят к правовым искам к турагентам.

Выдержка из резолюции II ВСЕРОССИЙСКОГО ТУРАГЕНТСКОГО КОНГРЕССА

Многолетняя поддержка

Испания вновь стала генеральным партнером workshop «Турбизнес».

Отдел туризма посольства Испании (Turespaña) — многолетний участник workshop «Турбизнес» — осенью этого года вновь выступит генеральным партнером самых популярных деловых мероприятий в сфере туризма, проходящих в регионах России и в ближнем зарубежье.

«Испания — одно из самых популярных направлений отдыха российских туристов. Ежегодно в города и на курорты Испании приезжает больше миллиона гостей из РФ. Потенциал российского рынка — ключевой для

диверсификации Испании как туристического направления в связи с растущей популяризацией культурного, городского, природного, медицинского, экскурсионного, делового и шопинг-туризма», — отмечает советник по туризму посольства Испании в Москве Луис Бовес Мартин.





Организуете мероприятие?

ОРГАНИЗУЕМ ПРЕИМУЩЕСТВА!

Успех мероприятия – вопрос его организации. Оформите перелет на специальных условиях с новой услугой Аэрофлота для организаторов мероприятий!

Получить подробную информацию можно на сайте в разделе «Специальные предложения»



THE WORLD'S
4-STAR AIRLINE
Авиакомпания
«4 звезды» Скайтракс



ЛУЧШАЯ АВИАКОМПАНИЯ
ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ



По России бесплатно: 8 (800) 444-5555
*555 МТС, Билайн, Мегафон
www.aeroflot.ru

Встреча на капитанском мостике

В этом году во второй раз пройдет Национальный туристский форум «Реки России». Мероприятие состоится 23–24 июня в Тверской области — регионе, где развитию круизного туризма уделяется самое пристальное внимание.



ФОРУМ «РЕКИ РОССИИ» 23–24 ИЮНЯ

Гостиница «Рэдиссон Завидово» (Тверская область, Конаковский район)

Организаторами форума являются Правительство Тверской области, компания «Завидово Девелопмент» и группа компаний «Конкорд», при поддержке Федерального агентства по туризму.

Партнерами форума выступают Национальная палата судоходства, Туристская ассоциация регионов России (ТАРР), Российский союз туриндустрии (РСТ), ФРОС «Регион ПР», Экологическая палата России. Генеральный информационный партнер — ИД «Турбизнес».

www.форумрекроссии.рф

Год назад в форуме приняли участие более 600 гостей из 22 регионов России. Основной темой обсуждения тогда стали стратегические приоритеты развития речного туризма в России. На форуме поднимались вопросы создания и модернизации инфраструктуры на внутренних водных артериях, возрождения круизного судостроения, создания благоприятных условий для привлечения инвесторов, организации и продвижения новых направлений в рамках основных круизных маршрутов и многое другое. Решения и материалы форума легли в основу обсуждений на заседании Госсовета по вопросу развития внутренних водных путей, который состоялся 15 августа 2016 года в Астрахани.

Главной задачей грядущего форума станет мониторинг хода выполнения решений Госсовета — этой теме будет посвящено пленарное заседание. Запланировано обсуждение и демонстрация практик по развитию и продвижению территорий, расположенных на круизных маршрутах, и презентация федерального проекта «Водная карта России». Состоится практическая конференция на тему

«Города на круизных маршрутах: актуальные вопросы привлечения и обслуживания туристов». В ее рамках эксперты отрасли расскажут о брендинге территорий, формировании туристического «лица» города, гастрономическом и музейном туризме.

Вниманию гостей также будет представлена экспозиция региональных туристических проектов «Рекой течет судьба моя», выставка-ярмарка производителей сувенирной продукции Центрального федерального округа, интерактивная площадка «История ремесел». В конкурсной программе будет выбран лучший туристический сувенир и лучшая музейная программа.

В форуме «Реки России» запланировано участие полномочного представителя президента РФ в ЦФО Александра Беглова, губернатора Тверской области Игоря Руденя, руководителя Ростуризма Олега Сафонова и других официальных лиц. Также участниками и гостями мероприятия станут профессионалы турбизнеса, представители ассоциаций судовладельцев, речных судоходных компаний, торгово-промышленных палат и объединений предпринимателей, общественных организаций. **ТБ**



Лето, на старт!

Компания «TUI Россия» с размахом открыла летний сезон, собрав в турецком Белеке более 400 турагентств со всей России. Туроператор познакомил представителей розницы с новыми концепциями отдыха, разработанными специально для российского рынка, и заручился поддержкой партнеров на предстоящий сезон.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

Как заявил Тарас Демура, с сентября возглавляющий российское подразделение TUI, в этом году туроператор намерен в 3,5 раза нарастить свои объемы, в следующем — их удвоить и в итоге войти в топ-3 крупнейших игроков на отечественном туррынке. «Наша задача — построить устойчивую и прибыльную компанию», — сказал он.

Нынешним летом «TUI Россия» делает ставку на Турцию, планируя отправить на популярные курорты страны около 200 тысяч российских туристов. В ассортименте туроператора — 32 эксклюзивных отеля, а также гарантированные номера в гостиницах Кемера, Анталы, Белека и Сиде.

Именно с Турции компания начала «апробацию» новых концепций отдыха, созданных для рынка России и стран СНГ. Концепция TUI Fun&Sun ориентирована на семьи с детьми и предусматривает целый ряд отдельных и совместных развлечений. Она реализуется в отелях Club Sapphire 5* и Club Magmaris 5*. Здесь также будет работать детский клуб «TUI Тукан».

Концепция TUI Day&Night Connected, представленная в турецком отеле Club Hudros, учитывает интересы молодежи. Программа насыщенная: днем — спорт и анимация, вечером — шоу и дискотеки. Если эксперимент окажется успешным, в следующем году количество отелей с этими концепциями будет увеличено до двадцати.



В конце апреля туроператор реализовал около 30% летних туров в Турцию. Наибольшим спросом у россиян пользуются недорогие «пятерки», по \$40–50 за ночь, за ними следуют четырех- и трехзвездные гостиницы (30%), а также люксовые отели (20%).

Порядка 150 тысяч россиян туроператор рассчитывает отвезти на Кипр, в Болгарию, Грецию, Черногорию, Испанию и другие страны. В компании констатируют: бронирования по европейским направлениям идут очень уверенно, и «возвратившаяся» Турция, которая хоть и является лидером продаж, не оттянула клиентов от других зарубежных направлений. Новинка сезона — итальянская Калабрия.

Из первых рук узнать о предложениях туроператора, пообщаться с топ-менеджерами компании, лично проинспектировать турецкие отели с новыми концепциями смогли турагенты, принявшие участие в «Солнечном рестарте».

Руководство TUI разъяснило представителям розницы свою новую стратегию дистрибуции. Несмотря на понижение базовой комиссии до 7%, оператор увеличил максимальную до 14%, мотивируя таким образом агентства на постоянное сотрудничество. В компании отмечают: комиссия стала более справедливой, так как при расчете скидки теперь учитываются количество забронированных туристов, оборот, глубина продаж и другие факторы. «Кто на нас сфокусируется, тот получит максимум», — подчеркнул Тарас Демура. **15**

ПЕРЕЗАГРУЗКА СЕЗОНА

«Солнечный рестарт» прошел с 17 по 20 апреля в одном из лучших отелей Белека — RIU Kaça Palazzo 5*. Открыли мероприятие директор по продажам «TUI Россия» Али Микаилов, директор представительства TUI в Турции Оуз Эргюль, руководитель направления дифференцированного продукта Татьяна Акбаш и руководитель направления нестандартных туров Маргарита Мещерякова. Важной деловой частью стал workshop, в котором приняли участие 50 ведущих отельеров Турции. Мастер-классы для агентов провели блогер Сергей Жданов и руководитель сети «Акватур» Сергей Демидов. Насыщенной была и развлекательная программа «рестарта»: утренняя Зумба, караоке-баттл, дискотеки, увлекательный квест по Анталы. Специальными гостями мероприятия стали «Сестры Зайцевы» из Comedy Club и зажигательные «Потап и Настя Каменских».

Международный туроператор ANEX Tour организовал ставший уже традиционным MICE Fam Trip. Впервые мероприятие состоялось в Доминиканской Республике. В компании уверены: это направление — одно из самых перспективных с точки зрения делового туризма.



MICE по-доминикански

Два роскошных пятизвездных отеля в Пунта-Кане — Melia Caribe Tropical и Royalton Punta Cana Resort & Casino — приняли ведущих представителей MICE-индустрии, чтобы продемонстрировать высокий уровень сервиса и богатый ассортимент услуг.

Участники фам-трипа побывали в основных туристических регионах и оценили широкий выбор отелей, которые располагают конгресс-центрами, конференц-залами, открытыми площадками, а также предоставляют услуги по организации event- и MICE-мероприятий. Деловая поездка была дополнена насыщенной экскурсионной и развлекательной программой, в том числе посещением парка приключений La Hacienda, Дельфинариума и Сиквариума.

По результатам поездки все участники отметили высокий потенциал Доминиканы для проведения мероприятий любого формата. Гостиничная инфраструктура страны

хорошо развита, в стране много отелей известных международных брендов. Весомый аргумент в пользу выбора именно этого направления — красоты Карибского моря, разнообразие экскурсий и широкие возможности для тимбилдинга. Несомненный плюс — безвизовый режим: достаточно иметь действующий на весь срок поездки заграничный паспорт и туристическую карту, которую можно получить и заполнить в аэропорту по прибытии.

MICE-департамент компании ANEX Tour оказывает полный спектр услуг для реализации любых бизнес-целей, поэтому хорошо известен профессиональным организаторам делового туризма. Важным преимуществом является собственный принимающий офис туроператора в Доминикане.

Чартерная полетная программа ANEX Tour в Доминиканскую Республику осуществляется на бортах авиакомпании AZUR air. Перевозчик ежедневно летает из Москвы, два раза в неделю из Санкт-Петербурга. [ТБ](#)



Новые грани круизного отдыха

Norwegian Cruise Line начала продажи в России круизов премиум-класса по системе «все включено».

В компании уверены: новый формат придется по душе российским туристам. «Запуск круизов премиум-класса по системе «все включено» позволил нам покорить новый горизонт круизной индустрии, — заявил Кристиан Бель, управляющий директор по странам Европы, Ближнего Востока и Африки компании Norwegian. — Круизы подобного уровня уже были с успехом представлены на нескольких европейских рынках, поэтому я уверен, что они понравятся и нашим гостям из России».

Юрген Штиль, старший директор Norwegian Cruise Line по работе с клиентами в континентальной Европе, отметил, что запуск круизов премиум-класса по системе «все включено» — это прорыв на рынке морского круизного отдыха на больших лайнерах, открывающий новые перспективы для туроператоров. «Мы снабдили эти круизы мощным инструментом продаж, чтобы привлечь клиентов, которые до сих пор не рассматривали круиз в качестве отпуска, а также тех, кто не был знаком с нашим брендом. Наша новая ценовая политика направлена на то, чтобы круизное путешествие с Norwegian оставалось доступным», — подчеркнул эксперт.

В оплаченный пакет теперь входит значительное количество услуг, считавшихся ранее дополнительными, в том числе широкий выбор алкогольных и безалкогольных напитков премиум-класса во всех барах, зонах отдыха и ресторанах в любое время на протяжении всего круиза.

Система Premium All Inclusive включает отличную кухню на борту, в том числе шведские столы, где готовят прямо перед гостями, гриль-бары на палубе, закусочные и посещение до трех фирменных ресторанов на лайнере. Гостей также ждут развлекательные шоу: лучшие бродвейские постановки, спектакли, музыкальные и комедийные номера. Круизы премиум-класса по системе «все включено» доступны на всех судах компании. **ТБ**



Norwegian Cruise Line уже 50 лет расширяет границы традиционных морских путешествий. Компания владеет одним из самых новых флотов в мире (14 лайнеров) и недавно в очередной раз была отмечена премиями World Travel Awards: девятый год подряд она получает звание «Ведущая круизная компания Европы», в третий раз — звание «Ведущая круизная компания Карибских островов» и пятый год подряд — награду «Ведущая круизная компания мира с большими лайнерами».

MAY SALE

— Premium All Inclusive —

ЭКОНОМИЯ ДО
200 ЕВРО
С КАЮТЫ*

на круизах по всему миру*



- ВКЛЮЧЕНО: ШИРОКИЙ ВЫБОР НАПИТКОВ ПРЕМИУМ-КЛАССА
- ВКЛЮЧЕНО: БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ И БУТИЛИРОВАННАЯ ВОДА
- ВКЛЮЧЕНО: ФАНТАСТИЧЕСКИЙ ВЫБОР РЕСТОРАНОВ
- ВКЛЮЧЕНО: ОТМЕЧЕННАЯ НАГРАДАМИ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
- ВКЛЮЧЕНО: КРУГЛОСУТОЧНОЕ ПИТАНИЕ В НЕПРИНУЖДЕННОЙ ОБСТАНОВКЕ
- ВКЛЮЧЕНО: СЕРВИСНЫЕ СБОРЫ, ЧАЕВЫЕ И МНОГОЕ ДРУГОЕ

NCL
NORWEGIAN
CRUISE LINE®

Feel Free™

**ЗАБРОНИРУЙТЕ СЕЙЧАС И
ЗАКАЖИТЕ НАШ НОВЫЙ КАТАЛОГ
НА САЙТЕ WWW.AGENTS.NCL.EU**

*Майская распродажа действует на новые бронирования в период с 1 по 31 мая 2017 года и применима для круизов продолжительностью 5 дней и более в 2017–2018 годах. Скидки указаны с каюты при двухместном размещении и действуют для 1-го и 2-го человека. Включают все услуги по системе «Premium All Inclusive» стоимостью более 1400 евро с каюты (на основе 7-дневного круиза в каютах категорий «мини-люкс» и текущих розничных расценок действующих на борту лайнеров, а также применимых на усмотрение сервисных сборов). Обратитесь на сайт www.ncl.eu для получения полной информации по всем условиям. Исключая ошибки и пропуски. NCL (Bahamas) Ltd. | Wiesbaden Office | Continental Europa Branch | Kreuzberger Ring 68 | 65205 Wiesbaden | Germany (Германия). ©2017 NCL Corporation Ltd. Регистрация судна: Багамские острова и Соединенные Штаты Америки. 6602.7.4.17

В масштабах всей страны

В конце апреля завершилась традиционная весенняя серия workshop «Турбизнес». Она прошла с большим успехом и побила очередной рекорд: рабочие встречи состоялись в 35 городах России, а также в Беларуси, Азербайджане, Грузии и Армении.



29 городов

Запланировано в рамках осенней серии workshop «Турбизнес». Роуд-шоу стартует с юга страны: начиная с 25 сентября мероприятия пройдут в Пятигорске, Ставрополе, Краснодаре, Ростове-на-Дону и Волгограде. Узнать актуальное расписание рабочих встреч и подать заявку для участия можно на сайте www.tb-workshop.ru

TB Workshop
ТУРБИЗНЕС

С каждым годом workshop «Турбизнес» расширяет свою географию, что еще раз подтверждает востребованность такого рода мероприятий. Новинкой весенней серии стали Чебоксары. Среди других городов, которые принимали роуд-шоу, Воронеж и Липецк, Краснодар и Пятигорск, Уфа и Казань, Екатеринбург и Ижевск, Красноярск и Новосибирск, Саратов и Ульяновск, Санкт-Петербург и Мурманск, а также Минск, Баку, Тбилиси и Ереван.

«Каждый сезон в наших мероприятиях принимают участие более ста операторов, национальных офисов по туризму, страховых фирм, авиакомпаний, гостиничных цепочек и других туристических компаний, — рассказывает руководитель отдела workshop «Турбизнес» Людмила Сивова. — Уникальность рабочих встреч в том, что их посещают исключительно специалисты отрасли: от 80 посетителей в небольших городах до 400 — в мегаполисах».

Генеральным партнером workshop вновь стал Отдел туризма посольства Испании. Впервые страной-партнером весенней серии выступила Доминиканская Республика.

В рамках роуд-шоу прошли сотни деловых встреч, бизнес-завтраков, презентаций и мастер-классов. Среди компаний, чьи мероприятия пользовались наибольшим интересом в регионах, — Adrian Hotels, Navanatur, «Музенидис Трэвел»,

«Ванд», «Мультитур», «Профкурорт», «Амиго-С», «Веди Тур Групп», «Вест Тревел», «Виа Марис», «ВодоходЪ», «Кандагар», «Тари Тур», «Инфлот круизы и путешествия», «Роза Хутор», туристические офисы Доминиканы, Эстонии и Мальты.

«Workshop «Турбизнес» — отличный канал деловой коммуникации между операторами и розницей, — считает Игорь Тришин, директор компании «Пегас Самара». — Радует высокий профессионализм организации встреч — это не банальная «раздача каталогов», а эффективное B2B-мероприятие с лекциями, мастер-классами, деловыми завтраками».

Елена Борискина, генеральный директор самарской компании «Волга-Флот-Тур», уверена: подобные мероприятия полезны как руководителям, так и менеджерам турфирм. «В ходе семинаров и мастер-классов можно получить массу полезной информации о курортах, об отдельных отелях, их особенностях, деталях инфраструктуры. Все это очень помогает при работе с клиентами», — объясняет она.

Александр Лазарев, директор краснодарской компании «Ла-Тур», особенно отмечает формат бизнес-завтраков: в неформальной обстановке легче установить контакт с партнерами и обсудить наиболее актуальные вопросы. «Благодаря весенним и осенним workshop «Турбизнес» нам удается скорректировать свои планы на предстоящий сезон и работать в целом более эффективно», — признается он. **ТБ**



1 Генеральный директор туроператора Havanatur Сорелис Касас Фигереди и менеджер Екатерина Михалина (в центре) знакомятся с агентами во время бизнес-завтрака



2 Виктория Соболева и Яна Середа из «Музенидис Трэвел» презентуют яркую палитру летних направлений компании



3 Энтони Каруана, директор московского представительства Мальтийского управления по туризму



4 «В «Розу Хутор» — летом!», — советуют менеджер отдела продаж курорта «Роза Хутор» Виктор Паршин и представитель AZIMUT Hotel FREESTYLE & VALSET apartments by AZIMUT Марина Двоеглазова

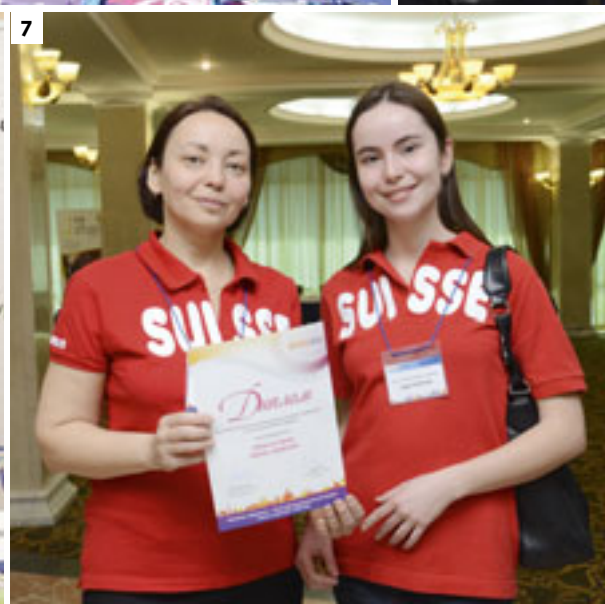


5 Участники и посетители региональных workshop единодушны в том, что интернету не под силу заменить личное общение

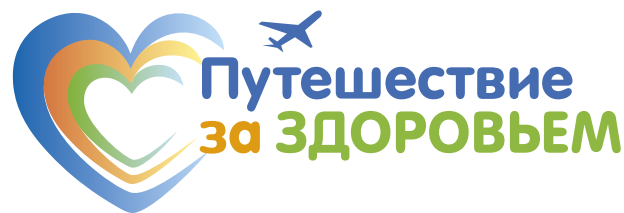
6 Ведущий туроператор Юга России «Росинтур» приглашает агентства к сотрудничеству

7 Представители компании Ореп UP Корнеева Вера и Корнеева София с памятными дипломами

8 Анна Паньшина из Министерства туризма Доминиканской Республики рассказывает об особенностях отдыха в стране



С пользой для дела



Более ста профессионалов отрасли посетили workshop «Путешествие за здоровьем», посвященный различным видам лечебно-оздоровительного туризма.

Деловое мероприятие, организованное ИД «Турбизнес» при поддержке Ростуризма, прошло 19 апреля в столичном отеле Best Western Plus Vega Hotel & Convention Center. В нем приняли участие «Клиника Кивач», Национальный офис по туризму Финляндии Visit Finland, Центр коррекции веса Академия VITALITY, Vichy Spa Hotel Les Celestins 5*, санаторий «ЭГЛЕ», T|M|G|S — организация по развитию туризма при правительстве Саксонии, Отдел туризма посольства Испании, зарубежное представительство по туризму Словацкой Республики, туроператор «Время-тур» и другие компании.

Посетителей, основной «костяк» которых составили независимые и сетевые агентства, привлекла возможность напрямую пообщаться с туроператорами, представителями оздоровительных центров и офисов по туризму, узнать об их программах и новинках, обменяться контактами и обсудить перспективы сотрудничества. Помимо workshop, который длился на протяжении всего дня, совершить «путешествие за здоровьем» можно было, посетив разнообразные мастер-классы.

Актуальные вопросы были подняты в рамках панельной дискуссии. Российские курорты или зарубежные: куда отправить туриста на лечение или оздоровление? Признавая высокий потенциал нашей страны в этой сфере, в частности природно-климатические условия и уникальные методики лечения, эксперты говорили о проблемах и конкуренции с выездными направлениями.

По словам Любицы Алушицовой, директора московского представительства Словацкого управления по туризму, в любой стране оздоровительный туризм развивается в первую очередь благодаря собственным гражданам, однако россиянам дешевле приехать в Словакию, чем добраться до курортов Кавказских Минеральных Вод. «Например, авиакомпания «Победа» продает билеты до Братиславы по семь тысяч рублей, в то время как билет до Кисловодска обойдется туристу в пятнадцать тысяч», — констатировала она.

Волновала игроков рынка загрузка отечественных санаториев в межсезонье, ведь известно, что «за здоровьем» ехать лучше всего осенью или весной, однако наши соотечественники все чаще хотят совместить отдых и процедуры в одной, причем, как правило, летней поездке. Еще одна проблема касается взаимоотношений на рынке. По словам Елены Лепаевой, директора турагентства Elentouг, нередко санатории дают турфирмам и прямым потребителям одинаковые цены. «Когда турист звонит в оздоровительный центр, спрашивает цены, а ему предлагают скидку, которая равна нашей комиссии, то нам сложно удержать клиента», — рассказала она.

Тем не менее операторы, агенты, представители туристических офисов и клиник признали, что продавать туры за здоровьем — это перспективно и доходно. Главное — понимать специфику этого сегмента и иметь надежных партнеров. **ТЕ**

При поддержке:



ФЕДЕРАЛЬНОЕ
АГЕНТСТВО
ПО ТУРИЗМУ

Партнер:



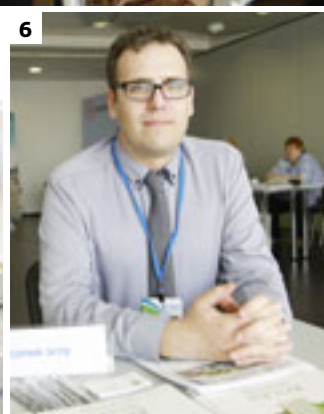
Home of Tourism



1



2



1 Российские или зарубежные курорты: куда ехать за здоровьем? Панельная дискуссия дала пищу для размышлений и операторам, и агентам

2 Людмила Штранцер, заместитель директора по продажам компании «Терме Крка», презентует возможности лучших термальных курортов Словении

3 Представители карельской клиники «Кивач» рассказывают о новых программах по оздоровлению организма

4 Анна Гипич из TMGS — организации по развитию туризма при правительстве Саксонии — может привести не один аргумент в пользу курортов этой немецкой земли

5 Виктория Захарова, специалист отдела реализации путевок АО СКО ФНПР «Профкурорт», рекомендует лучшие здравницы России

6 Евгений Бриш, менеджер лечебно-оздоровительного комплекса «Эгле», представляет санатории в Друскининкае и в Биштонасе

7 Не все знают, что в Испании более двух тысяч минеральных и термальных источников. Татьяна Докучаева из Отдела туризма посольства Испании в Москве раскрывает новые грани излюбленного россиянами направления

8 Коммерческий директор туроператора «Время-тур» Неля Огурцова с коллегой Ольгой Сидоровой знакомят агентов с предложениями компании

9 Долгожданный момент — розыгрыш призов! Памятные подарки вручает Любиза Алушицова, директор московского представительства Словацкого управления по туризму

Великолепная четверка в Беларуси

Традиционное роуд-шоу стран «Вышеградской четверки» — Словакии, Венгрии, Польши и Чехии — с успехом прошло в Бресте, Гомеле, Могилеве и Минске.

В каждом из городов интерес к мероприятию был очень высоким. Мастер-классы собирали полные залы турагентов, желающих больше узнать о широчайших туристических возможностях объединения V4. Общение на workshop проходило живо и плодотворно.

Страны «Вышеградской четверки» уже не первый год проводят совместные мероприятия, что дает прекрасный эффект. Выступая «единым фронтом», Словакия, Венгрия, Польша и Чехия имеют возможность не только презентовать свой продукт по-отдельности, но рассказать о преимуществах комбинированных туров, которые очень востребованы на рынке.

В роуд-шоу приняли участие глава Зарубежного представительства по туризму Словацкой Республики в РФ и СНГ Любича Алушицова, советник по туризму посольства Венгрии в РФ Шандор Фабиан, представитель Польской туристической организации в РФ Яна Пфау, директор представительства Национального туристического управления Чешской Республики — «ЧехТуризм» в России Алена Кудилкова.

К участникам workshop также присоединились представители туроператоров, медицинских центров, гостиниц и курортов Венгрии, Польши, Словакии и Чехии. Среди них — принимающая компания ASISTOUR, курорт Теплице, Robinson Tours, «ВЕДИ ТУРГРУПП», Holiday Travel, турфирма «Альбиция», Florian Travel, «ОЛАНСА Тревел» и другие.

Организатором роуд-шоу выступило Зарубежное представительство по туризму Словацкой Республики в РФ и СНГ при поддержке ИД «Турбизнес».



«Главный лозунг совместных маркетинговых мероприятий стран V4 — «Забудьте о границах и откройте для себя центральноевропейские страны — Венгрию, Польшу, Словакию и Чехию — как одно общее направление, — говорит Любича Алушицова. — Регион Центральной Европы предлагает удивительное разнообразие достопримечательностей и мероприятий, сочетает в себе лучшее, что европейская, славянская и венгерская культуры могут предложить: увлекательную историю, прекрасную архитектуру, богатую социальную и культурную жизнь, оригинальное сочетание древних традиций и современности». Совместное сотрудничество на белорусском рынке туризма страны V4 начали в 2013 году в Минске. С тех пор мероприятия в этой стране стали регулярными.

Директор словацкой туристической компании «Katalina s.r.o.» Наталья Киеня считает отличной идеей провести workshop «Вышеградской четверки» не только в Минске, но и в других городах Беларуси. «Хотелось бы отметить активность и интерес фирм к мероприятию. Этот проект должен продолжаться», — уверена она. **TE**



Бронируй Дубай с «АРТ-ТУР»!
Заряжайся энергией солнечного лета!



#STAY *Sunny*

АРТ  ТУР 
Искусство Туризма

Бронируйте туры
Участвуйте в акции «Опять 25»
Выигрывайте призы каждый месяц
☎ (495) 980 21 21 www.arttour.ru

ДУБАЙ

Путевку отправят в «облако»

Начиная с 1 января 2018 года в России должен быть реализован проект электронной туристической путевки (ЭП). При его разработке не обошлось без скандалов, но отвечающий за внедрение новинки Ростуризм намерен довести дело до конца, предоставив гражданам страны возможность заключать договоры с турфирмами дистанционно, отслеживая ход бронирования тура через сеть.

ТЕКСТ
ВЛАДИМИР
СЕРГАЧЕВ

Разговоры о необходимости появления электронного варианта туристической путевки шли давно, и поэтому еще в 2014-м Ростуризм выделил на разработку концепции и технического задания проекта около 5,9 млн рублей. После того как фраза «электронная путевка» появилась в законе и был намечен реальный срок ее внедрения, речь пошла о совсем

Однако зачем необходима электронная путевка и, самое главное, какие статус и функции она получит в окончательном варианте, пока до конца неясно. Увы, но общие слова о желании сделать процесс приобретения и реализации турпродукта прозрачным, благодаря чему власти получают реальную картину туристического мира, а потребители — допол-

других суммах: на реализацию первых двух очередей проекта Ростуризм запланировал 314 млн рублей. А на выполнение третьего этапа, который идет сейчас, — еще 165 млн. В целом удовольствие следить за процессом организации тура в режиме онлайн обойдется налогоплательщику в круглую сумму — без малого в полмиллиарда рублей.

Несмотря на то что в настоящее время между основным подрядчиком, компанией «Астерос», и субподрядчиком, фирмой «Аэронавигатор», идет арбитражный процесс по поводу оплаты услуг за разработку софта (речь идет о сумме в 65 млн рублей), а также авторских прав на систему (первые судебные заседания состоялись в конце апреля), дело движется. «Процесс тестирования электронной путевки, в котором уже участвуют туроператоры, продолжается, — заявил руководитель Ростуризма Олег Сафонов. — В ближайшее время к нему будут подключены и агенты. Предполагаем, что все будет готово к концу этого года». Другого и не дано: иначе придется переписывать законодательство.

нительную защиту от мошенников, значит мало: многое зависит от конкретики.

В целом схема, как предполагают инициаторы проекта, будет выглядеть так. Желая поехать на отдых, турист на сайте выбранного им агента или оператора в электронном виде заключает договор о приобретении соответствующих услуг (в частности — «пакетного» тура). На его основе сформируют электронную путевку, храниться которая станет в единой информационной системе. Доступ к ней получают представители турбизнеса (для того чтобы при необходимости выдавать нужные тем или иным потребителям документы), клиенты, которые смогут оперативно получать информацию об организации поездки, а также разного рода контролеры (чтобы быстро «вынимать» статистические сведения, данные о путешественниках и пр.). Само собой, что заключить юридически легитимный договор в электронном виде турист сможет только после того, как обзаведется цифровой подписью, а получить электронную же путевку — после оплаты.



ОЛЕГ САФОНОВ

Руководитель Ростуризма

Создание информационной системы «Электронная путевка» направлено на защиту интересов потребителей и недопущение кризисных ситуаций в отрасли. Она призвана повысить прозрачность и безопасность рынка, стать инструментом контроля выполнения туроператорами своих обязательств перед клиентами и помочь туристам избегать недобросовестных компаний. Благодаря системе в отрасли снизится количество «серых» схем работы и связанных с ними рисков для потребителя.

Как пишется в обосновании проекта, электронная путевка обеспечит прозрачность и контроль деятельности туроператоров и турагентов в соответствии с законодательством РФ, предоставит возможность оперативного мониторинга и информирования о ситуации в отрасли, а также формирования отчетности, содержащей достоверные статистические и аналитические данные. Еще одним преимуществом системы называют «возможность каждого туриста в режиме онлайн проверить статус своей путевки». Как поясняет генеральный директор холдинга «Випсервис»

Дмитрий Горин,



в системе будут отображаться все этапы бронирования и реализации тура, и в результате процесс его приобретения станет совершенно прозрачным. Что

касается сути работы операторов и агентов, для них мало что меняется: при подключении к системе данные будут выгружаться куда следует. Но...

«В связи с внедрением электронной путевки агентов волнуют вопросы раскрытия информации о туристах и возможности доступа операторов к их персональным данным, включая контактные, — отмечает учредитель юридического агентства «Персона Грата» Георгий Мохов. — Есть опасения, что часть туристов не захочет вносить в систему информацию о поездках. Остается открытым и вопрос о том, каким образом турист даст согласие на обработку персональных данных».

Очевидно, что основная цель создания электронной путевки — желание «обелить» туристический рынок и перекрыть доступ к нему тем продавцам, которые работают в «серой» зоне. Причем речь идет не только о правовом аспекте, но и о денежном. Ведь

если проводимые в формате офлайн продажи «спрятать» достаточно легко, то в онлайн-варианте все будет почти как на ладони. И любые отклонения от нормы вызовут вопросы, на которые заинтересованные стороны тут же смогут найти ответы.

Что касается работы с ЭП со стороны туристического рынка, то крупным компаниям, обладающим собственными ИТ-подразделениями и специализированным программным обеспечением, придется решить вопрос о его совместимости с новой разработкой. А вот средним и мелким будет несколько проще: предполагается, что они смогут либо использовать функционал, уже внедренный в программный продукт (например, «Мастер-тур»), либо вообще пользоваться web-версией системы, имеющейся на сайте Ростуризма.

Однако гладко звучащие фразы до сих пор вызывают множество вопросов. Будет ли электронная путевка только источником статистики или приобретет статус фискального документа? Станут ли суды рассматривать ее в качестве легитимного аргумента при спорах? Получит ли проект статус государственной информационной системы (ГИС)? Какое ведомство или организация будут содержать массивную систему, обеспечивая ее функционирование? И кто, в конце концов, станет платить за ее содержание? Опять турбизнес?

Нельзя забывать и о том, что наряду с плюсами у ЭП есть и минусы. Главный из которых — возможность сбоев в системе хранения данных, а также их несанкционированной утечки. Ведь заполнить базу контактов миллионов людей, способных платить за достаточно дорогое удовольствие в виде отдыха (особенно зарубежного), желающих найдется немало. Не говоря уже про то, что система ЭП должна быть хорошо «увязана» с множеством других сервисов (например, с актуальным реестром операторов) — иначе она не будет рабочим инструментом.

Увы, но пока на большую часть вопросов ответов нет. Попытки получить развернутые комментарии экспертов из среды операторов и агентов сферы турбизнеса ни к чему не привели. Ответ был стандартным: «Нет достаточно накопленного опыта и сложившегося мнения по данному вопросу». Равно как и нет технологического и законодательного «мяса», а также продуманного, до тонкостей разработанного механизма внедрения системы в действительность. **ГБ**



ГЕОРГИЙ МОХОВ

Учредитель юридического агентства «Персона Грата»

Туризм как элемент общей экономики неизбежно будет следовать в русле глобальной информатизации, и внедрение электронной путевки — лишь первый шаг. Однако будет ли это ГИС (государственная информационная система), интегрированная в межведомственный обмен, или просто статистическая «надстройка» для работы туроператоров? Станет ли электронная путевка содержать информацию о цене с указанием ее структуры (кто, кому и сколько заплатил)? Самое главное: будет ли она обязательной к применению? Ведь обязательность, с одной стороны, обеспечит «обеление» рынка, упрощение статистики и возможность сверки данных по общей цене турпродукта оператора, но с другой — может сильно усложнить функционирование малого бизнеса. В настоящее время постановление, устанавливающее правила функционирования системы, находится в разработке: оно направлено из Минкультуры в Минсвязи на экспертизу. И комментарии могут быть даны только тогда, когда выйдет рабочий вариант его текста.

Испытание заграницей

Летом 2017 года российские пляжные Юга ждет проверка на готовность работать не в искусственно созданных условиях, а в режиме реальной конкуренции с многочисленными зарубежными соперниками. И хотя часть специалистов продолжает твердить: «Турция нам не конкурент», жизнь убеждает в том, что спрос на отдых в Крыму и Краснодарском крае зависит не только от патриотических порывов.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



Признаков объемного роста в сегменте отечественного «пляжного» туризма в этом сезоне почти никто не видит: в лучшем случае речь идет об удержании показателей 2016-го. Но оценки экспертов сильно разнятся.

В то время как Виктор Тополкараев, генеральный директор НТК «Интурист», дипломатично говорит о том, что отечественные курорты пользуются у наших сограждан постоянным спросом, а в условиях нестабильной ситуации в мире они все чаще предпочитают отдыхать у себя в стране, руководитель регионального отделения РСТ в Крыму и Севастополе Борис Зелинский полагает, что полуостров ждет «минус» в... миллион туристов (т. е. около 20%). А заместитель генерального директора компании «Роза ветров» Ирина Глазкова, сравнивая нынешний уровень продаж сочинских курортов с показателями 2015-го, говорит о его снижении почти на четверть.

И если министр курортов и туризма Крыма Сергей Стрельбицкий утверждает, что «мы делаем все для того, чтобы сохранить количество туристов на уровне 2016 года», Сергей Ромашкин, генеральный директор компании «Дельфин», ожидает снижения уровня спроса на российские курорты в пределах 15–20%.

Именно в эту «вилку» (от сохранения объемов 2016-го до падения турпотока в 20–30%) и укладываются в основном летние перспективы Краснодарского края и Крыма. Однако значительная часть аналитиков убеждена в том, что итоговые показатели на отдельных курортах и в конкретных объектах размещения будут самыми разными.

НА ФОНЕ ДОЛЛАРА

В качестве основных факторов, определяющих спрос на российские Юга, практически все эксперты называют укрепление рубля, «открытие» Турции и продолжающийся рост стоимости внутреннего отдыха при слабом развитии его инфраструктуры.

Первый совершенно очевиден: если сравнивать аналогичные периоды 2016-го и 2017-го, сейчас рубль стал крепче на 20–25%. Со вторым фактором тоже не поспоришь, поскольку присутствие Турции на рынке с самого начала сезона (с предлагаемыми страной ценами на отдых) явно сказа-



ВИКТОР ТОПОЛКАРАЕВ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
НТК «ИНТУРИСТ»

В этом году диалог между органами власти и представителями туристического бизнеса на местах позволил стабилизировать цены на размещение. В результате среднее подорожание туров составит не более 7%, что соответствует уровню годовой инфляции. Конечно, отечественным курортам необходимо вкладываться в модернизацию транспортной и туристической инфраструктуры, в ремонт коммуникаций, работать над повышением качества сервиса. Однако уровень развития инфраструктуры не всегда является определяющим фактором при покупке туров: российскому туристу даже психологически отдыхать в своей стране привычнее и спокойнее. Нет языкового барьера, можно путешествовать по внутреннему паспорту, и есть любимые с детства места отдыха.

1,2%

Настолько вырос турпоток в Крым на майские праздники по сравнению с 2016 годом. По статистике Минкурортов и туризма полуострова, в регионе отдохнуло 164 тысячи туристов. Средняя загрузка работающих санаториев и отелей в этот период составила 33,3%. В пятерку популярных курортных регионов Крыма вошли Ялта — ее посетили 47,5% туристов, Евпатория — 19%, Алушта — 14,5%, Саки — 8%, Судакский регион — 4%.

лось на перераспределении спроса. «Недавно вернулся из Ростова-на-Дону: ежедневно там отправляют в Турцию по два-три самолета с туристами, — говорит коммерческий директор компании «Невские сезоны» Кирилл Соколов. — Если недельный тур в отель уровня 5* с питанием по системе «все включено» предлагают за 12–15 тысяч рублей на человека, как не полететь?»

Описывая сложившуюся ситуацию, на одной из профильных конференций Сергей Стрельбицкий привел такие цифры. По его данным, средняя стоимость недельного «пакета» на двоих в Турцию (включая перелет в оба конца, трансфер и проживание в отеле не ниже уровня 3* на «все включено») в рамках раннего бронирования в России составила около 39 тысяч рублей, в то время как аналогичное предложение по Крыму (из Москвы) «тянет» на 66 тысяч рублей. «Из которых не менее 30–40% приходится на авиаперевозку», — отметил чиновник. При этом низкие цены по Турции в рамках акции раннего бронирования по ходу сезона могут оказаться еще ниже, тогда как отечественные объекты размещения подняли их на 10–25%.

В России объекты размещения, отказавшиеся «задирать» цены на текущий сезон, тоже нашлись. Но они оказались в меньшинстве, поскольку в целом как в Краснодарском крае, так и в Крыму отельеры, окрыленные успехом прошлого года, стесняться не стали. В результате, с учетом роста курса рубля, в части объектов размещения стоимость пребывания возросла для наших туристов на 30–35%.

«Если учесть, что в целом качество курортной инфраструктуры не изменилось, неудивительно, что немало россиян в этом году решили отдохнуть за рубежом», — отмечает Борис Зелинский. А Сергей Ромашкин убежден в том, что Крыму в этом году придется конкурировать за клиента вовсе не с Турцией, с которой он по объективным причинам тягаться не может, а с соседним для региона Краснодарским краем.

ПОМЕРИТЬСЯ ИНФРАСТРУКТУРОЙ

Что могут предложить туристам в этом сезоне Крым и Краснодарский край? Большая часть экспертов уверена: по количеству мест в объектах размещения вопросов нет. А вот по их качеству и, самое главное, по функционированию системы в целом, они стоят подобно частоколу.



© ИГОРЬ АРХИПОВ / ФОТОБАНК ЛОРИ



© НИКОЛАЙ СИВЕНКОВ / ФОТОБАНК ЛОРИ

Наследие Олимпиады работает на туризм: в ледовом дворце «Айсберг» круглый год идут концерты и мюзиклы, акватория Морского порта Сочи частично преобразована в марину



ЕЛЕНА ЛЫСЕНКОВА

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
HOSPITALITY INCOME CONSULTING

В целом проблема заключена в комплексности туристического продукта в том или ином регионе. Ведь важно наличие не только хорошего отеля и оборудованного пляжа, но и доступности курортных зон, необходимого количества точек проката автомобилей, ресторанов разного уровня и развлечений на разный бюджет. А еще крайне важны пешеходные тротуары вдоль ключевых дорог, детские и взрослые элементы инфраструктуры, возможность ярко и интересно отдохнуть в любую погоду.

Докладывая президенту РФ о готовности к сезону, курирующий туризм вице-премьер Дмитрий Козак сообщил: на черноморском побережье (на Кавказе и в Крыму) летом 2017 года будут работать около 4,7 тысячи гостиниц и санаториев, в которых одновременно смогут разместиться 525,7 тысячи человек. «Строительство объектов размещения продолжается, и к лету в строй введут еще несколько десятков», — заверил чиновник. Однако эксперты констатируют: по уровню качества, сервиса и цен они самые разные. Причем Крым в целом явно проигрывает и Турции, и Краснодарскому краю.

Для того чтобы показать это, возьмем обзор Hospitality Income Consulting, посвященный гостиничному рынку Республики Крым. Из него следует, что в настоящее время полуостров располагает примерно 130 крупными гостиничными объектами (т. е. вместимостью более 50 номеров) с общим фондом около 20,5 тысячи комнат. В дополнение к ним регион способен предложить примерно шесть тысяч квартир, 1,3 тысячи комнат и 3,3 тысячи домов. Если сложить все — вряд ли получится больше 100 тысяч мест.

В Краснодарском крае, в котором классификация отельного сектора обязательна, в настоящее время эту процедуру прошли уже 4478 объектов, а общее число мест для приема гостей превышает 400 тысяч. Самое главное — в отличие от Крыма, в котором только начинают «вкладываться» в инфраструктуру, в Краснодарском крае многие объекты построены (или реконструированы) совсем недавно, а уровень сервиса и услуг (в том числе с наличием «все включено») ненамного хуже, чем «за бугром». «На сегодняшний день инфраструктура наших курортов отстает, но, безус-

ловно, догоняет зарубежные», — констатирует Юрий Бурлаков, генеральный директор туроператора «Криптон».

«В целом наши курорты могут конкурировать с зарубежными направлениями, — полагает Сергей Ромашкин, генеральный директор компании «Дельфин». — Если мы возьмем, например, отели Имеретинки, построенные три-четыре года назад, они, конечно, не хуже турецких: «Рэдиссон» в Сочи мало отличается от «Рэдиссон» в Анталии или Барселоне. Сравнить же санатории, построенные 30–40 лет назад, с современными зарубежными спа-отелями не совсем корректно».

Как считает Елена Лысенкова, генеральный директор Hospitality Income Consulting, Сочи и Геленджик по уровню развития туристической инфраструктуры вполне способны конкурировать с зарубежными курортами (в частности, с Турцией). А вот Туапсе, Анапа или Темрюк — вряд ли. «Что касается Крыма, он далек от нужного уровня, — констатирует эксперт. — Ведь инфраструктура — не только сам отель, но и дороги, аэропорты, развлечения, экскурсии, безопасность и прочее». По ее оценке, премиум-объекты в России и за рубежом достаточно однородны, «четверки» имеются самого разного уровня оснащения и отделки, а в число гостиниц 3* и в мире, и в РФ входят как довольно старые объекты, построенные 30 лет назад, так и новые. «Как правило, в этом сегменте работают и частные мини-отели», — добавляет аналитик.

«Есть ли у нас отели, способные соревноваться за клиента с турецкими? Да, они есть, — не сомневается и Валентин Шубин, руководитель департамента продаж компании «Мультитур». — Но наличия только хоро-

шей инфраструктуры недостаточно — нужны и гибкая ценовая политика, и готовность сотрудничать с операторами, и быстрота реакции на рыночную ситуацию».

Суть такова: по официальным данным, в 2016 году Крым и Краснодарский край посетили 21,4 млн российских туристов, а за границей с целью «пляжного» отдыха побывало примерно втрое меньше. Даже в лучшие (т. е. 2013-й и 2014-й годы), при наличии Турции и Египта, за граница принимала около 10 млн россиян. Если учитывать, что «пакетный» внутренний туризм до сих пор ведущей роли не играет, опасаться резкого оттока клиентов с курортов Крыма и Кавказа стоит вряд ли: «самотуристы» все равно туда отправятся. Но если идеология на уровне «куда денутся» продолжит существовать, а услуги туристам по-прежнему будут выглядеть как одолжение со стороны персонала, вернувшиеся в Сочи и Ялту «зарубежные» российские туристы рано или поздно соберутся за границу.

ЦЕНА ВОПРОСА

Стоимость отдыха, как бы то ни было, остается краеугольным «камнем» спроса. А для того чтобы понять, о каких суммах идет речь, стоит привести данные, озвученные Сергеем Стрельбицким незадолго до старта сезона.

По сведениям возглавляемого им министерства на апрель 2017 года, стоимость отдыха в Крыму на период «высокого сезона» выросла в среднем на 15,8%. Причем самый большой темп взяли «трешки», которые, в отличие от практически оставшихся в ценовых рамках 2016 года санаториев, подняли цены на уровень до 35%.

Министр курортов и туризма Крыма с сожалением констатировал, что желание местных отельеров заработать не совсем вяжется с рыночной ситуацией. Ведь известно, что не только в Турции, но и в Краснодарском крае и качество объектов размещения, и уровень сервиса выше, чем в Крыму. Но...

Стандартный номер в крымском отеле категории 3* (на двоих) этим летом обойдется в среднем в сумму около 5,8 тысячи рублей в сутки. Что примерно на 35% больше, чем в 2016-м. И на 10% дороже аналогичного предложения в Краснодарском крае. Если учесть, что на наиболее популярном у туристов Южном берегу Крыма (ЮБК) средняя цена такого номера превышает 6,6 тысячи рублей, а в Большом Сочи — около 5,2 тысячи, стоит задуматься и операторам, и рядовым туристам.

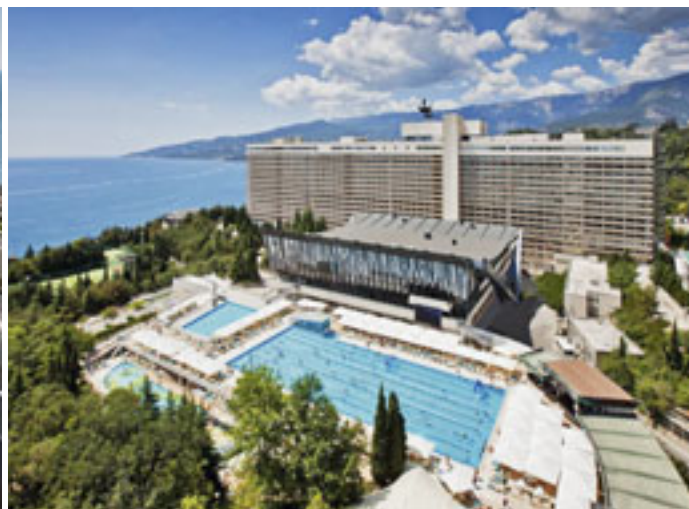
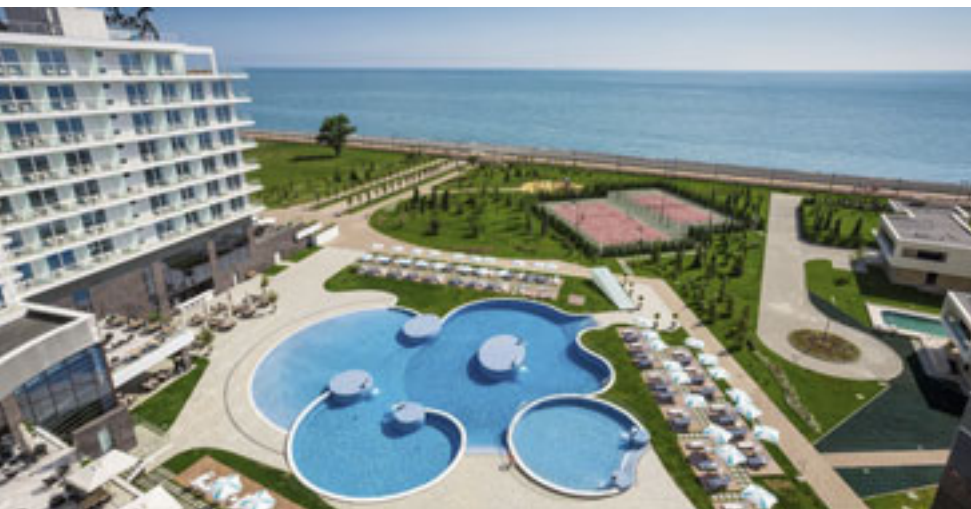
Что касается объектов размещения уровня 4 и 5*, здесь картина вообще малопривлекательная для россиян. Во-первых, действительно качественных «четверок» в Крыму совсем мало, а стоят они дорого. Согласно апрельским оценкам — в среднем номер на двоих подорожал по сравнению с прошлым сезоном на 16%. И уверенно «тянет» на 8,3 тысячи рублей в сутки. При этом и на ЮБК, и в соседнем Краснодарском крае ценник на качественные «четверки» еще круче — около 10,3 тысячи рублей. Про «пятерки» и говорить нечего: по словам Сергея Стрельбицкого, средняя цена номера в каждом из имеющихся в Крыму пяти отелей уровня 5* составляет около 24 тысяч рублей в сутки. Этому показателю аналоги в Краснодарском крае явно уступают — там средняя цена «пятерки» колеблется около 15 тысяч.



СЕРГЕЙ РОМАШКИН
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
КОМПАНИИ «ДЕЛЬФИН»

Вполне вероятно, что в этом сезоне туристы с деньгами поедут за границу, а старожилы внутреннего туризма и экономные туристы — не поедут вовсе. Это связано с тем, что покупательская способность большинства потенциальных клиентов по-прежнему низка. Мы только начинаем конкурировать с зарубежными курортами, которые вложили десятки миллиардов долларов в свое развитие и строились по 100 лет: вся борьба за туриста еще впереди. Однако надо понимать: если мы хотим получить туристов завтра, должны что-то вложить уже сегодня.

Сочинский Radisson Blu Paradise Resort & Spa и «Ялта-Интурист» предлагают сервис «как на зарубежных курортах», но не выдерживают ценовой конкуренции



**ДМИТРИЙ ПОПОВ**ДИРЕКТОР ПО ПРОДУКТУ
ТУРОПЕРАТОРА «АЛЕАН»

Наблюдаем снижение спроса на российские курорты примерно на 10%, хотя на стадии раннего бронирования фиксировали показатели, аналогичные прошлому году. При этом в 2017 году внутри России объекты размещения, нацеленные на возвратного туриста, готовы работать над качеством сервиса и инфраструктуры с учетом ошибок прошлого года, сформировали вполне достойный туристский продукт. Например, все больше отелей на отечественных курортах переходят на систему обслуживания «все включено». Что касается качества реализации и объема опций, включенных в нее, то ситуация очень сильно отличается от отеля к отелю.

30%

Настолько, по прогнозам туроператоров, может сократиться организованный турпоток в Сочи. По словам пресс-секретаря РСТ Ирины Тюриной, курорты Большого Сочи в этом году не повторяют успешных показателей прошлого года, более того — с конца зимы спрос продолжает падать.

Вывод оказывается неутешительным: если сравнивать стоимость размещения в объектах уровня 4 и 5*, наши проигрывают турецким, по крайней мере, в 1,5–2 раза. А в отдельных случаях оказываются втрое дороже аналогичного размещения в Анталье или Мармарисе.

Может быть, это не соответствует действительности? Смотрим на сайте одного из интернет-агрегаторов недельный тур на двоих из Москвы на середину июня. По Турции цена (перелет, трансфер, проживание, питание по системе «все включено», страховка) на двоих в отель 4* на первой линии стоит от 36 тысяч рублей. За эти же деньги можно купить аналогичный тур в незатейливую «четверку» и в России. Однако цена на популярные гостиницы сразу показывает разницу: тур с пребыванием в стандартном номере в «Ялта-Интурист», к примеру, стоит от 64 тысяч в неделю, тогда как в Турции аналог можно купить за 45–50 тысяч. С «пятерками» дела еще хуже, поскольку в Турции хорошую гостиницу такого уровня можно забронировать по цене от 50 тысяч рублей, в Краснодарском крае как минимум от 80 тысяч, а в Крыму — от 100 тысяч с «хвостиком».

ЧТО ДЕЛАТЬ

Какие меры могут изменить ситуацию в нашу пользу? «Нужно хорошее качество продукта за разумную цену», — так коротко сформулировал суть необходимых перемен Юрий Бурлаков, генеральный директор туроператора «Криптон». А другие эксперты помогли понять, что конкретно нужно делать, соревнуясь за клиента с конкурентами.

По мнению Виктора Тополкараева, важно осуществлять постоянное взаимодействие между органами федеральной и региональной власти, крупными игроками туристического рынка и поставщиками услуг на местах с той целью, чтобы совместными усилиями способствовать улучшению инфраструктуры курортов, работать над их инвестиционной привлекательностью и повышением уровня сервиса. А кроме того — донести до туриста выгоду при приобретении «пакетного» тура, который зачастую оказывается на 10–15% дешевле по сравнению с самостоятельным путешествием с аналогичными условиями.

«Набор «инструментов» для увеличения турпотока на наши курорты хорошо известен и не раз предлагался туроператорами, отельерами и общественными объединениями, — говорит Сергей Ромашкин. — Чтобы цена туров стала доступнее, необходимы снижение налоговой нагрузки на отели, доступ к «длинным» кредитам на строительство, уменьшение или отмена НДС на авиаперевозку. А также дотирование «пакетных» туров и государственная рекламная поддержка наших курортов».

Юрий Бурлаков привел по этому поводу хороший пример. «Государство в состоянии и должно влиять на стоимость проезда до курортов, — констатирует эксперт. — К примеру, в прошлом году «Аэрофлот» практически до начала сезона держал цены на билеты в Крым на уровне 7 тысяч рублей в обе стороны. В результате другие компании вынуждены были придерживаться тарифов национального перевозчика, а многие туристы в итоге смогли воспользоваться хорошими условиями и отдохнуть в Крыму. Это реальный пример разумного, а не силового влияния государства на экономические процессы в туротрасли».



ТУРИСТИЧЕСКИЙ КРЫМ: ПЕРСПЕКТИВЫ

После присоединения Крыма к России прошло три года. Но до сих пор полуостров находится в центре внимания властей и инвесторов. Здесь реализуются крупные инфраструктурные проекты — речь в первую очередь о «стройке века» — мосте через Керченский пролив. Строится трасса «Таврида», которая будет проходить по всему полуострову, возводятся ТЭЦ для подстраховки от «блэкаутов». Развитию туризма в Крыму придается особое значение. В 2015 году на полуострове создано пять туристических кластеров, два из которых находятся на восточном побережье и три — на западном. По словам министра курортов и туризма Крыма Сергея Стрельбицкого, кластерный подход уже позволил увеличить турпоток, поступления в бюджет и создать новые рабочие места. Предлагаем подробнее познакомиться с Крымом ближайшего будущего.

КРЫМ БУДУЩЕГО

* Действующей редакцией Федеральной целевой программы развития Крыма и Севастополя до 2020 года предусмотрено создание пяти туристско-рекреационных кластеров на территории республики. На эти цели запланировано финансирование в 23,9 миллиарда рублей.

Кластер «Детский отдых и оздоровление»*

Создание инфраструктуры общенационального центра семейного оздоровления

Кластер «Лечебно-оздоровительный отдых»*

Создание инфраструктуры грязелечебного курорта

Аэропорт Симферополя – новый терминал

В ходе реконструкции будет построен новый аэровокзальный комплекс с терминалом и служебными зданиями, рассчитанный на обслуживание 7 млн пассажиров в год. Первые рейсы новый терминал примет весной 2018 года

Соборная мечеть

Открытие запланировано на 21 апреля 2019 года. Мечеть сможет одновременно вместить до пяти тысяч человек, и будет самой большой на полуострове

«Артипарк»

Запуск крупнейшего в Крыму парка развлечений намечен на 2018 год

Кластер в районе озера Чокракское*

Предполагается создание инфраструктуры бальнеологического лечебно-оздоровительного комплекса

Кластер «Черноморский»*

Планируется создать центр развития экстремального, археологического и автотуризма

Игровая зона

В 2014 году Владимир Путин подписал закон о создании игровой зоны на территории Республики Крым. Она должна появиться на территории поселка Гастра близ Ялты до 2019 года.

Кластер «Коктебель»*

Предполагается реконструкция поселка и создание рекреационных зон в бухтах Двухъякорной, Лисьей, Тихой, а также на горе Климентьева

Трасса «Таврида»

Четыре из шести участков трассы будут готовы к концу 2018 года. Принять транспортный поток с возведенного Керченского моста. Трасса будет полностью готова к концу 2020 года, она соединит Керчь с Симферополем и Севастополем





ЮРИЙ БУРЛАКОВ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ТУРОПЕРАТОРА «КРИПТОН»

Определяющим фактором развития внутреннего туризма летом 2017 года будет цена продукта. При этом перспективы омрачают желание наших отельеров заработать много и сразу, а также неадекватная оценка ситуации — нельзя было повышать цены в этом году! И если правительства других стран (в частности, Турции) поддерживают бизнес в сфере туризма, наши власти все еще строят планы поддержки, в реальности препятствуя развитию через повышение налоговой нагрузки, введение курортного сбора и т. д. Ведь развитие инфраструктуры — в первую очередь забота государства. А оно неэффективно расходует средства и слабо контролирует процесс инвестирования.

В свою очередь Дмитрий Попов уверен, что для увеличения потока «пакетных» туристов на отечественные Юга надо в первую очередь скорректировать ценовую политику российских отельеров и авиаперевозчиков. «Кроме того, важно развивать инфраструктуру не только средств размещения, но и курортных зон, — считает он. — Строить и ремонтировать дороги, проводить реконструкцию исторических памятников, расширять и обустраивать парки, развивать развлекательную составляющую и т. д. И конечно, не обойтись без повышения уровня обслуживания гостей».

ПЕРСПЕКТИВЫ СЕЗОНА

В настоящее время большая часть игроков рынка фиксирует снижение интереса россиян к отечественным «пляжным» направлениям. Однако посыпать голову пеплом и говорить «все пропало» рано: ситуацию еще можно изменить.

Причем некоторые участники рынка уже смекнули, куда дует ветер. И приняли соответствующие усилия. Ирина Романенко замечает: отдельные объекты размещения, которые поначалу подняли цены и надеялись на рост продаж, еще в начале 2017 года поняли суть изменений. «Они быстро среагировали на рыночную ситуацию и скорректировали ценовую политику, — констатирует она. — Абсолютно уверена в том, что в этом сезоне выигрывают те, кто способен быть максимально гибким и учитывать малейшие конъюнктурные нюансы. А вот для тех, кто только думает, стоит ли это делать, может быть поздно».

«На местах» такую точку зрения поддерживают. В частности, Константин Сыч, заместитель начальника отдела продаж оздоровительного комплекса «Дагомыс», полагает, что ситуация во многом будет носить индивидуальный характер: кто окажется более гибок и быстрее среагирует на измене-

ния рынка — тот и выиграет. В то же время он не скрывает: из-за влияния ряда объективных причин снижение внутреннего турпотока в Краснодарский край, к примеру, возможно. «Однако оно будет избирательным и затронет не все курорты и объекты размещения, — уверен он. — У нас, к примеру, номера продаются вполне успешно и с большой глубиной — есть даже бронирования на октябрь-ноябрь этого года». Правда, при этом эксперт объясняет успех спецификой комплекса: «Дагомыс» популярен как место проведения различных крупных (в том числе корпоративных) мероприятий, и в результате до трети клиентов приезжает туда по корпоративной линии.

В свою очередь заместитель директора компании «Ривьера-Сочи» Надежда Сердюкова, говоря о спаде уровня продаж на 15%, отмечает появление на рынке демпинга. По ее оценке, крупные отели, уже почувствовавшие острую конкуренцию со схожими по уровню объектами и внутри страны, и за рубежом (в первую очередь — в Турции), либо продлевают скидки в рамках акций раннего бронирования, либо выпускают спецпредложения. «Если ситуация останется примерно такой же и дальше, скидок и акций будет все больше», — считает она.

Как итог, можно сказать следующее: покупавшие туры на российские Юга в рамках раннего бронирования россияне в основном руководствовались ситуацией прошлого года. Те, кто делает это сейчас, видят совсем другую картину. И, трезво оценив нынешний расклад, значительная часть клиентов предпочитает зарубежные курорты отечественным. Последние, почувствовав неладное, выпускают спецпредложения и увеличивают комиссионное вознаграждение, однако, с учетом инертности рынка, восстановить спрос на курорты Крыма и Кавказа будет непросто. И если удастся хотя бы сохранить показатели 2016 года — это уже будет удачей. **ТБ**

РЕКИ РОССИИ


НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ФОРУМ



23-24
ИЮНЯ
2017

Контакты:
Директор Форума –
Васильева Марина Владимировна
Тел.: +7(903)6651258
Тел. бесплатной горячей линии:
8(800)7001375
www.форумрекироссии.рф

Рэдиссон Завидово
Тверская область



Повторение пройденного

Летом 2017 года на Черном море намерены возродить круизную линию между основными российскими портами Кавказа и Крыма. И хотя в экономической эффективности проекта есть большие сомнения, в реализуемый с подачи президента РФ Владимира Путина круиз с начала апреля уже продаются путевки.

ТЕКСТ
ВЛАДИМИР
СЕРГАЧЕВ

С организационной стороны схема круиза по маршруту Сочи — Новороссийск — Ялта — Севастополь выглядит так. Владелец судна является ФГУП «Росморпорт», который еще в январе 2017-го, специально под выполнение поручения Владимира Путина, учредил ООО «Черноморские круизы», ставшее оператором круиза. В свою очередь, «дочка» «Росморпорта» выбрала генерального агента, в задачи которого входит реализация туров и продвижение «товара» на рынке. Им стал хорошо известный по рынку речных круизов «Инфофлот»: он уже ведет продажи путевок.

Если вести речь о лайнере, то девятипалубный «Князь Владимир», построенный еще в 1971 году, способен вместить около 900 человек, оборудован четырьмя бассейнами, двумя ресторанами (с питанием по системе «шведский стол»), кинотеатром, барами, дискотечной и концертной площадкой, спа-зоной. Несмотря на приличный возраст, лайнер находится в неплохой физической форме, поскольку в 2013-м на нем проведены работы по реконструкции, включая модернизацию и приведение к современным стандартам внутренних помещений и системы кондиционирования. Как сообщает «Росморпорт», сейчас судно снова проходит освидетельствование на верфи Kusey Star в турецкой Тузле: на нем

идут работы по обновлению кают и общественных зон. Самое, пожалуй, главное — лайнер переведен под российский флаг и в настоящее время является единственным нашим круизным судном. Директор по продажам и маркетингу «Инфофлота» Андрей Михайловский уверен: для выполнения заявленного с 11 июня 2017 года маршрута судно будет готово в срок.

Маршрут немудреный: отправляясь из Сочи в воскресенье вечером, «Князь Владимир» будет возвращаться туда же в субботу утром. А по пути «заглянет» в Новороссийск, Ялту (на два дня) и в Севастополь: с учетом одного дня в море, заявлены 7–8-дневные круизы. Причем сесть на лайнер и сойти с него можно в любой из точек маршрута.

Что касается цены тура, в которую входят проживание в каюте, трехразовое питание и пользование инфраструктурой судна, то она сильно зависит от уровня размещения. Поэтому, начинаясь на первом рейсе от 26,6 тыс. рублей в самой дешевой каюте, в сюте на 7-й палубе она достигает 58,5 тыс. А на других рейсах — 75,8 тыс. рублей. Однако уже сейчас некоторые рейсы «Князя Владимира» почти полностью проданы — на самых востребованных осталось всего по 50–60 мест из более чем девяти сот. Правда, есть и такие рейсы, которые практически «свободны». Вместе с тем «Инфофлот» вовсе не собирается полностью продавать весь круиз самостоятельно: по сло-

вам Андрея Михайловского, к реализации новинки подключены все имеющиеся у оператора агенты. Для того чтобы дело шло веселее, для конечных потребителей и агентов предусмотрена целая система скидок, а бронирование возможно полностью в режиме онлайн.

Обсуждая перспективы российского круиза на Черном море, эксперты во мнениях расходятся. В частности, Игорь Глухов, в свое время руководивший единственным российским паромным оператором St. Peter Line, убежден: круизы на Крымско-Кавказской линии реализуемы и могут быть успешными. Если будут хотя бы отчасти поддержаны государством. «В советское время объемы обслуживаемых на ней пассажиров превышали 100 тыс. человек, — констатирует он. — Линия пользовалась очень высоким спросом, а круизы были одним из наиболее стабильно работающих направлений туризма.

Поддерживает его мнение и президент питерской Ассоциации участников круизного рынка Игорь Рюриков, в 2013-м с помощью возглавляемой им компании «Экспо-тур» возродивший круизы по Черному морю на лайнере «Адриана». И, увы, в 2014-м «погоревший» на них из-за присоединения Крыма к РФ. «Черноморский бассейн с точки зрения организации внутренних круизов на отечественных судах, безусловно, перспективен, — считает он. — Однако круиз должен быть рассчитан именно на внутренних туристов и стоить соответственно их возможностям». Разделяет такую точку зрения и Валентин Шубин, руководитель департамента продаж компании «Мульти-тур». «Такой круиз может пользоваться спросом со стороны определенной категории клиентов, но все будет зависеть от стоимости тура и его наполнения, — указывает он. — Если программа круиза окажется качественной и интересной, путешествие будет продаваться».

Отчасти согласен с этими экспертами и глава оргкомитета севастопольского Международного морского бизнес-форума SIMBF Алексей Малько, который полагает, что в существующих условиях реальные воз-

можности есть только по линии внутреннего туризма. «Вести речь об организации круизов по Черному морю, которые могут являться и продолжением российских речных маршрутов, можно», — говорит он.

А вот занимающий ныне пост председателя Комитета по развитию туризма Петербурга, а ранее — директор по маркетингу и продажам компании St. Peter Line Андрей Мушкарев в экономической эффективности проекта сомневается. «Надо понимать, что на Черном море очень короткий сезон и восемь месяцев в году на нем штормит, — рассказывает он. — Заработать в течение оставшихся четырех, посещая только российские порты, — задача непростая, и владельцам теплохода надо думать, каким образом использовать его в низкий сезон». Вместе с тем идею создания российского круизного оператора, а также появление судна под флагом РФ он приветствует. «Если учесть, что в СССР круизных судов было больше шестидесяти, а сама отрасль процветала, перспективы есть», — утверждает он.

Вместе с тем сторонники круиза убеждены: дело не только в принципе. По мнению одного из пользователей соцсетей, даже «принудительно» работающая линия будет развивать береговую инфраструктуру, создаст дополнительные пассажиропотоки и заново сформирует культуру отдыха

на судах. «Запуск линии создаст прецедент, а регион Черного моря станет местом притяжения любителей морских путешествий, — заявляет он. — Даже если только 5% из бывающих в нем 20 млн человек захочет «прокатиться» на морском пароходе — это уже миллион потенциальных пассажиров! На всех хватит...»

Вывод? Он очевиден: круиз по Крымско-Кавказской линии скоро станет реальностью. Однако насколько он будет выгоден всем сторонам, участвующим в продаже и «раскрутке»

путешествия из Сочи в Ялту, — вопрос открытый. Хотя в данном случае экономика все равно уступит политике: поручение президента должно быть выполнено. А сколько это будет стоить — покажет время. **ТЕ**



АНДРЕЙ МИХАЙЛОВСКИЙ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
КОМПАНИИ «ИНФОФЛОТ»

С учетом того, что круизы на «Князе Владимире» — новинка, а до их старта осталось меньше двух месяцев, спрос сильно превышает ожидания. Бронируют и туристы, и агентства, причем не только столица, но и регионы. Основы для интереса есть: уникальное предложение, хорошая цена, свежий вариант провести неделю на юге. Важнейший момент — это единственные полностью российские круизы: никаких загранпаспортов и виз, все на русском языке, расчеты в рублях. Помогает хорошая и недорогая логистика: в Сочи или Симферополь — для посадки в Ялте и Севастополе — можно добраться самолетом или поездом практически из любого крупного города страны. Пока наибольшей популярностью пользуются июнь и разгар лета.



Девятипалубный теплоход «Князь Владимир», бывший RoyStar, который был приобретен «Росморпортом» в начале этого года

26,6 тыс. рублей

Минимальная стоимость путевки на первый черноморский круиз, стартующий 11 июня из Сочи. Для сравнения, максимальная стоимость в эти даты составляет 58,5 тысячи рублей.

Свои крылья ближе

НТК «Интурист» «созрел» до собственной авиакомпании, но для этого оператор должен достичь объема в миллион туристов.

Генеральный директор НТК «Интурист» Виктор Тополкараев подтвердил, что в планах компании — создание собственного авиапарка. Обзаведется ли туроператор своими «крыльями», будет зависеть от итогов этого года, а также открытия египетского направления.

«Я думаю, что создание собственного перевозчика — это перспектива 2018 года. В этой связи ждем открытия Египта: как только он появится на российском рынке, это сразу же упростит вопросы с самолетами. Потому что летом они заняты внутренним туризмом, Турцией, Грецией, другими выездными направлениями. Зимой они могут быть заняты Египтом, Таиландом, то есть иметь круглогодичную загрузку», — объяснил Виктор Тополкараев.

Он отметил, что если поток туроператора не превышает 600–700 тысяч туристов в год, то создавать свою авиакомпанию бессмысленно. Оптимальный объем турпотока — от миллиона человек.

Сейчас НТК «Интурист» рассматривает два варианта: создать собственную авиакомпанию или организовать собственный авиафлот на базе уже действующего перевозчика.



В любом случае решение должно быть одобрено основным акционером — британским холдингом Thomas Cook.

Игроки рынка считают, что «Интурист» идет по правильному пути и достиг уже тех показателей, которые делают создание собственной авиакомпании разумным шагом. Но Арам Антонян, генеральный директор компании «Болеро Тур», отмечает: для успеха понадобятся немалые финансовые ресурсы и грамотная стратегия. «Если туроператор хочет создать авиакомпанию для собственных чартерных программ, то это рискованно в нынешних реалиях. Если же «Интурист» хочет использовать свои самолеты и для выполнения регулярных рейсов, тогда это правильный расчет», — полагает эксперт.

На Кубу круглый год

ANEX Tour продлевает полетную программу на Остров свободы.

Туроператор ANEX Tour решил продлить чартеры на Кубу до середины октября. Рейсы на бортах авиакомпании AZUR air будут выполняться дважды в неделю из Москвы до Варадеро.

В компании свое решение объясняют растущим спросом на Кубу. «Это одно из наших приоритетных направлений в зоне Карибского бассейна. Благоприятные климатические условия позволяют отдыхать в этой стране круглый год, что является большим преимуществом», — отмечают в пресс-службе туроператора. По данным Министерства туризма Кубы, в 2016 году в стране побывало более 65 тысяч туристов из России, что на 50% превышает показатель 2015 года.



Из Жуковского — в Тель-Авив

«Уральские авиалинии» приступили к выполнению долгожданных рейсов.

В конце апреля авиакомпания «Уральские авиалинии» открыла полетную программу в Тель-Авив из аэропорта Жуковский. Полеты выполняются три раза в неделю, с июля количество рейсов увеличится до четырех. Тель-Авив стал пятым направлением перевозчика из Жуковского.

«Для нас расширение прямого авиасообщения между Россией и Израилем — одна из первоочередных задач, ведь возможность легко и без излишних затрат добраться до страны — это основополагающий критерий отличного отдыха», — заявила глава департамента Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ Ксения Кобякова.



В Венгрию бюджетно

Лоукостер Wizz Air свяжет берега Дуная и Невы.

Венгерская низкобюджетная авиакомпания Wizz Air с 27 августа запускает прямые регулярные рейсы из Санкт-Петербурга в Будапешт. Полеты будут выполняться дважды в неделю. Wizz Air станет первым полноценным зарубежным лоукост-перевозчиком, который будет летать из Санкт-Петербурга.

Туроператоры уверены, что новые рейсы будут востребованы. «Венгрия настолько интересна самым разным категориям клиентов, что спрос на нее есть всегда», — говорит Наталия Посредникова, директор офиса «Робинзон-Турс» в Санкт-Петербурге.



БОРИС РЫБАК

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОНСАЛТИНГОВОЙ КОМПАНИИ INFOMOST

Первые признаки роста на рынке авиаперевозок подвигли игроков брать много техники, появились дополнительные провозные емкости, увеличилась конкуренция, которая и приводит к снижению цен. Все уговоры соблюдать баланс, здраво подходить к объемам провозных емкостей не принесли результатов, поэтому мы сейчас и имеем избыток перевозки. Как это ни печально, но сейчас можно говорить о том, что вновь запущен цикл, который в свое время привел к банкротству авиакомпании «Трансаэро». Насколько серьезным и глубоким он будет, пока сказать сложно, но тот факт, что процесс пошел, налицо.

19,4%

Настолько вырос пассажиропоток в первом квартале этого года. Согласно данным Росавиации, с января по март российские компании перевезли 19,7 млн человек. На международных воздушных линиях перевозки выросли на 30,1% — до 7,5 млн пассажиров. На внутренних воздушных линиях авиакомпании обслужили 12,2 млн человек, что на 13,6% больше, чем за аналогичный период 2016 года.



www.koreanair.com

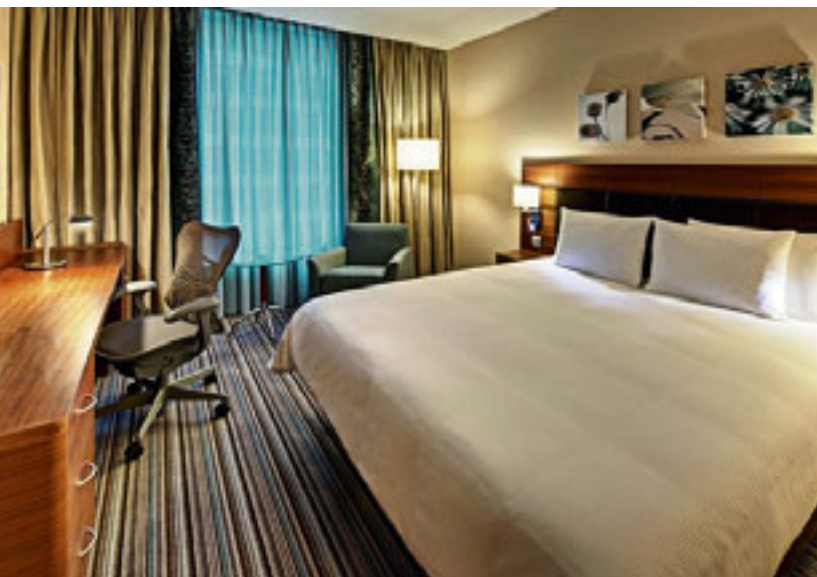
Совершенство уединения

Каюты первого класса Kosmo Suites 2.0: изысканный дизайн, раздвижные двери и увеличенный экран современной системы развлечений. Целый мир принадлежит только вам.

Вылет	Прилет	Рейс	Дневная	Время-прибытия	Расписание
Москва	Септ. 02	82924	18:55	09:40+1	Ежедневно
Петербург	Септ. 03	82950	23:00	13:50+1	Вт, Ср, Пт, Сб, Вс
Иркутск	Септ. 03	82984	23:55	04:45+1	Пн, Ср, Пт
Улан-Удэ	Септ. 03	82962	15:10	14:50	Ежедневно



Расписание рейсов на 01.07.2017.
Время вылета отличается в зависимости от маршрута и даты рейса.



HILTON GARDEN INN VOLGOGRAD

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ 12 апреля 2017 года

4*

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Волгоград, проспект Ленина, 56А

НОМЕРНОЙ ФОНД
157 номеров

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ
Конференц-залы вместимостью до 120 человек, круглосуточный бизнес-центр и фитнес-центр. В ресторане Garden Grille подают блюда интернациональной и местной кухни. В лобби-баре можно заказать легкие закуски. Павильон Pantry с холодными напитками открыт круглосуточно.

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ
От 4600 руб. за ночь

СПРАВКА «ТБ»

Hilton Garden Inn Volgograd построен в рамках подготовки к чемпионату мира по футболу 2018 года. По данным регионального комитета по подготовке и проведению матчей ЧМ-2018, инвестиции в строительство отеля составили 756 млн рублей. Отель стал третьим в Волгограде, введенным в эксплуатацию в рамках подготовки к чемпионату. Ранее в городе открылись отели Hampton by Hilton 4*, Park Inn by Radisson 3*. Кроме того, была проведена реконструкция отеля «Южный».

PARK INN BY RADISSON IZMAILOVO

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ 10 апреля 2017 года

4*

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Москва, ул. Никитинская, 10А

НОМЕРНОЙ ФОНД
109 номеров двух категорий: «Стандарт» и «Супериор»

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ
Ресторан «Парк-кафе» с террасой, «Парк-бар», тренажерный зал площадью 65 кв. м. Для переговоров, тренингов и других мероприятий предлагается зал-трансформер вместимостью от 30 до 120 человек. Из отеля ходит бесплатный шаттл до станции метро, деловых центров и достопримечательностей.

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ
От 4000 руб. за ночь


СПРАВКА «ТБ»


Отель был открыт 27 мая 2015 года под брендом Dedeman Hotels & Resorts International и стал первым отелем турецкой сети в России. В период с декабря 2016 года по апрель этого года проводился ребрендинг отеля в соответствии с требованиями компании Rezidor. Теперь у оператора восемь объектов в российской столице и Московской области и 36 — в стране.






ART HALL

КАТЕГОРИЯ Мини-отель
ДАТА ОТКРЫТИЯ Март 2017 года

 **РАСПОЛОЖЕНИЕ**
Санкт-Петербург, ул. Большая Конюшенная, д. 11

 **НОМЕРНОЙ ФОНД**
23 стандартных номера

 **К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**
 Wi-Fi на всей территории отеля, прачечная, аренда автомобиля с водителем и переводчиком

 **СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ**
От 4200 руб. за ночь


СПРАВКА «ТБ»

Новая гостиница стала шестой в сети Nevsky Hotels Group, все объекты которой расположены вблизи главных городских достопримечательностей. Самый молодой отель сети расположен в знаменитых Дворах Капеллы на Большой Конюшенной улице. Расстояние от отеля до Зимнего дворца и Дворцовой площади — не более 100 метров. До набережной Невы отсюда идти 10 минут. Здание, в котором открылся отель, построено в конце XVIII века по проекту русского архитектора Леонтия Бенуа. С 1889 по 1893 год здесь жил композитор Николай Римский-Корсаков.



HILTON GARDEN INN MOSCOW KRASNOSELSKAYA


4*

КАТЕГОРИЯ 4*
ДАТА ОТКРЫТИЯ 14 марта 2017 года

 **РАСПОЛОЖЕНИЕ**
Москва, ул. Верхняя Красносельская, д. 11А, стр. 4

 **НОМЕРНОЙ ФОНД**
292 номера

 **К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**
 Круглосуточный бизнес-центр, фитнес-зал, прачечная самообслуживания. В отеле предусмотрено MICE-пространство площадью 390 кв. м, включающее зал для торжественных мероприятий и четыре переговорные комнаты с естественным освещением. В ресторане предлагаются комплексные завтраки и ужины, блюда мировой и национальной кухни.

 **СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ**
От 5500 руб. за ночь

СПРАВКА «ТБ»

Международный оператор Hilton Worldwide управляет в РФ 24 отелями, девять из них работают под брендом Hilton Garden Inn. Бренд Hampton представлен в России семью отелями, DoubleTree — шестью, Hilton — двумя.



Неизвестная сторона известной «Портбилет 2.0»

Холдинг «Випсервис» активно развивает гостиничное направление. Крупнейший российский консолидатор авиа- и железнодорожных билетов владеет несколькими отелями на юге нашей страны, управляет хостелами на вокзалах. Гостиничный контент представлен в онлайн-агентстве Biletix и в системе онлайн-бронирования «Портбилет 2.0». О значительном расширении ассортимента дополнительных услуг «Портбилет 2.0» рассказывает ИРИНА СОЛОВЬЕВА, управляющий директор субагентского бизнеса компании.

Зачем системе «Портбилет 2.0» гостиницы

Гостиничный контент появился в «Портбилет 2.0» по двум причинам: мы хотели дать больше возможностей субагентам и расширить корпоративный функционал системы. «Портбилет 2.0» — полноценный и эффективный инструмент онлайн-бронирования для корпоративного бизнеса. Теперь здесь в одном экране собраны билеты и отели. Причем гостиничная номенклатура включает все необходимое: самых крупных консолидаторов, собственные прямые договоры, отельные программы клиентов в виде трехсторонних договоров, Booking.com. Иными словами, в распоряжение субагентов поступили все преимущества корпоративного блока холдинга.

Особая поддержка

В холдинге «Випсервис» есть несколько собственных колл-центров. Но стремление предлагать первоклассную услугу по бронированию мест размещения привело нас к использованию специализированного аутсорсингового колл-центра. «Профи», которые отвечают на звонки, не только помогут с онлайн-заказом, но и сделают запрос на гостиницу офлайн, если она не представлена в онлайн. В смене всегда есть англоговорящие операторы.

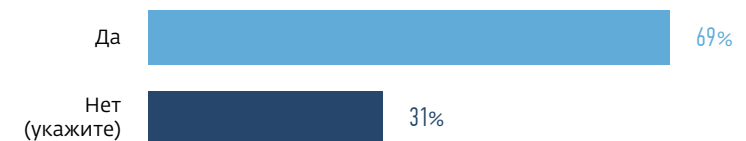
Жертва собственного успеха

Несмотря на то что мы вкладываем много сил и средств в развитие дополнительных услуг, рынок воспринимает нас прежде всего как профессиональных билетчиков. Мало кто назовет «Випсервис» или «Портбилет 2.0» в первой десятке решений для онлайн-бронирования гостиниц. Мы не планируем всерьез конкурировать с нашими партнерами — гостиничными консолидаторами, которые потратили на развитие своего бизнеса по 10–20 лет. Но мы хотим монетизировать имеющийся функционал как часть комплексной услуги в системе «Портбилет 2.0» и работаем над этим. Совсем скоро нашим пользователям станут доступны специальные туроператорские тарифы, работа по которым без гостиничного вачера, по требованию перевозчика, невозможна.

Наши учителя — клиенты

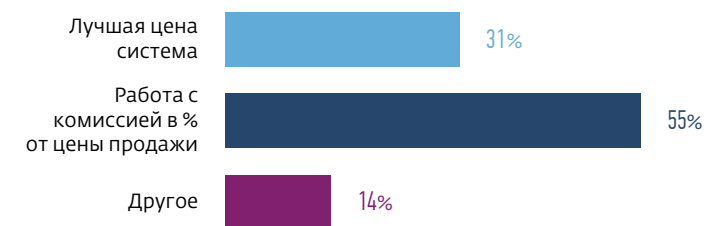
Мерилом качества для нас является мнение пользователя. Все время существования системы (а это уже более восьми лет) мы раз в квартал задаем вопросы клиентам. Тема дополнительных услуг — не исключение. Приводим некоторые данные из исследования, проведенного в апреле 2017 года.

Как вы оцениваете новый интерфейс раздела «Отели» в «Портбилет 2.0»? В целом вам удобно и понятно в нем работать?



Мы постоянно работаем над улучшением интерфейса и комфортом пользователя, работающего в системе. Одно из последних нововведений — появление графического поиска по карте, с которой субагент сразу может перейти к бронированию.

В настоящее время по отельному продукту можно выбрать несколько тарифов. Какой тариф наиболее актуален для вас?



Мы стараемся применять тарифные планы, которые учитывают потребности основной аудитории «Портбилет 2.0» — малого и среднего бизнеса.

Есть ли у вас поставщик, предоставляющий при выпуске комиссию на страховой полис более или равную 35% от общей стоимости страховки?



Поставщиком страховых услуг в «Портбилет 2.0» является крупнейшая российская компания «Альфа-Страхование». И нашим клиентам мы предлагаем очень привлекательные условия по получению комиссии, например, при продаже авиабилета комиссия на страховой полис «Стандарт» составляет 35% от общей стоимости страховки (для УСН комиссия уменьшается на сумму НДС и составит 29%).

Достаточно ли вам представленного в «Портбилет 2.0» ассортимента трансферов?



В «Портбилет 2.0» представлены трансферы по России и за рубежом от ведущих профильных консолидаторов, в числе которых компании Iway и «Аккорд». При заказе трансфера в системе цена известна сразу и не меняется в поездке.

Немного о деньгах

Хочу напомнить, что пользование системой — бесплатное. Предлагая дополнительные услуги в «Портбилет 2.0», мы понимаем, что наши клиенты далее перепродают их своим клиентам. В системе предусмотрены различные тарифные планы, которые подойдут продавцам различного типа или в различных условиях. Например, есть тариф «лучшая

КАК РАЗВИВАЕТСЯ ОТЕЛЬНЫЙ КОНТЕНТ В «ПОРТБИЛЕТ 2.0»

Первыми поставщиками отельного контента в 2012 году были компании iGlobe и Oktogo. В 2014 году были интегрированы системы «Академсервис» и Gullivers Travel Associates (GTA). В середине 2016 в системе появился Booking.com, но только для корпоративных клиентов. В конце 2016 года мы расширили наш российский ассортимент гостиниц благодаря подключению системы Bronevik. Весной текущего года в «Портбилет 2.0» стали доступны российские и зарубежные отели системы Hotelbook. И уже в ближайшие месяцы завершится полная интеграция по API отельного контента Booking.com, что откроет новые возможности для наших субагентов. Дополнительно с января мы активно перекладываем в систему для субагентов имеющиеся прямые договоры с гостиницами. До конца 2017 года мы планируем подключить системы HotelsPro, Hotelbeds и Expedia. Сейчас «Портбилет 2.0» предлагает уже более 550 000 отелей в более чем 230 странах мира!

цена системы» — он для тех, кто предпочитает самостоятельно управлять размером маржи. А есть тариф, где комиссия субагента уже заложена в цену проживания. Мы готовы обсуждать и индивидуальные условия работы. В любом случае, при заказе гостиниц и трансферов система позволяет пользователям самостоятельно назначать сборы для конечных клиентов, что увеличивает возможности получения повышенного дохода.

В заключение

Мы хотим, чтобы на рынке «Портбилет 2.0» воспринимали не только как высококласный инструмент для продажи авиа- и железнодорожных билетов, но и оценили его многофункциональность и комплексность. Блоки трэвел-политики, авторизация, аналитика, формирование комплексной заявки с расширенным набором услуг помимо перевозки — все это позволило превратить нашу систему в индустриальное решение как минимум для двух отраслей — продажи пассажирских перевозок и профессиональных услуг в области организации деловых поездок. [TB](#)

ГЕОГРАФИЯ ПОКРЫТИЯ РОССИИ



Всегда connected

В компании Sabre выявили пять основных потребностей «подключенных» путешественников, тех, кто не расстается с гаджетами ни на секунду.

Обслуживание с любого устройства. «Гуляя» по просторам Сети, пользователи хотят иметь возможность переключаться в процессе с одного устройства на другое. Например, начать искать авиабилет на смартфоне, возвращаясь с работы, а придя домой — завершить бронирование на десктопе. В этом серьезно преуспели такие компании, как Amazon и eBay.

Мгновенный отклик на поисковые запросы. Тренд на увеличение размера экранов смартфонов говорит о том, что эти устройства могут стать номером один для поиска информации. Уже сегодня, задаваясь вопросом найти ближайший ресторан или проверить время вылета, люди берут в руки мобильный.



Единый формат сервиса. Для коммуникации с продавцом потребители предпочитают тот или иной вид связи в зависимости от ситуации. Это может быть личный визит в офис, звонок в колл-центр, SMS или вопрос через мессенджер. Клиенты ожидают получить одинаковое качество обслуживания через любую точку контакта.

Обслуживание 24/7. Потребители хотят приобретать товары и услуги в тот момент, когда им это нужно. Кругло-

суточный сервис, быстрые транзакции и мгновенные ответы на запросы становятся неотъемлемым условием для сохранения и укрепления клиентской базы.

Видеоконтент. Развлекающий и вдохновляющий контент «цепляет» пользователя, заваленного информацией. Будь то декор дома, рецепты блюд или направления для отдыха — актуальным трендом становится видеоконтент, который можно просматривать со смартфона.

В помощь турфирме

На конференции MITT Digital, организованной медиахолдингом TRN Group, были презентованы технологические проекты TravelStack и TOURBO.



TRAVELSTACK НАВЕДЕТ ПОРЯДОК

Это система управления туристическим контентом, позволяющая ускорить процесс размещения и поиска предложений на сайте и увеличить число заявок без его переделки. Другими словами, используя систему, можно быстро создавать и мгновенно публиковать наглядные описания отелей, а также предоставить туристам простой и удобный инструмент подбора путевок по разнообразным параметрам. TravelStack подходит туроператорам, принимающим компаниям и экскурсионным бюро, туристическим порталам, сайтам регионов и курортов. Среди функциональных возможностей TravelStack — интеграция с любой базой данных цен и настройка любых наборов поисковых фильтров. TravelStack предлагает разнообразные варианты сотрудничества — от готового сайта на арендной основе до сайта под «ключ» с индивидуальным дизайном. Систему уже используют туроператоры «Дельфин», «Роза ветров» и «Петротур».

TOURBO НАЙДЕТ ВСЕ

Это профессиональная поисковая система туров для менеджеров турагентств. Она создавалась для внутреннего пользования сотрудников онлайн-трэвел-агентства Onlinetours, а в декабре 2016 года стала доступна всем желающим. «Мы экономим время турагента и избавляем его от множества рутинных действий во время поиска тура», — подчеркивает Кирилл Климов, директор по развитию TOURBO.travel. В системе собраны туры от сотни туроператоров. Подробно описаны 50 тысяч отелей, есть возможность быстро находить гостиницы по ключевым параметрам, например, по наличию песчаного пляжа или бесплатного Wi-Fi. Предусмотрена возможность в один клик запустить актуализацию и получить все доступные для тура рейсы и доплаты. Также TOURBO показывает, какой тур подпадает по ту или иную акцию туроператора или в каком предложении туроператор дает низкие комиссии.

ОДЫХ
LEISURE

**23-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ
ВЫСТАВКА**

19–21 СЕНТЯБРЯ, 2017

МОСКВА, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

М ВЫСТАВОЧНАЯ

ufi
Approved
Event

**ПЛАНИРУЕМ ЛЕТО
ОСЕНЬЮ!**

We



Leisure

0+
Реклама

ОДЫХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
РОССИЙСКИЙ
ТУРИСТСКИЙ
ФОРУМ

Home of Tourism

www.tourismexpo.ru

E-mail: violetta@euroexpo.ru | Тел.: +7 (495) 925 65 61/62

ОДЫХ
MICE

13-я Международная
выставка и конференция
по деловому туризму
и корпоративным мероприятиям

ОДЫХ
SPA & HEALTH

13-я Международная
экспозиция по медицинскому
и лечебно-оздоровительному
туризму

ОДЫХ
LUXURY

13-я Международная
выставка эксклюзивного
туризма

ОДЫХ
TRAVEL TECHNOLOGY

Международная
экспозиция
Travel Technology

При поддержке



Под патронажем



Организатор:

МОСКВА, РОССИЯ

ЕВРОЭКСПО



VIENNA, AUSTRIA

EUROEXPO

Exhibitions and Congress Development GmbH





Все взгляды на КМВ

В этом году отечественным санаториям значительно сложнее конкурировать с зарубежными направлениями. О том, что сегодня происходит в сфере санкуртура, как санаториям удерживать загрузку в непростое время и насколько выгодно продавать туры за здоровьем, в интервью «ТБ» рассказывает МАРИНА РОЗАНОВА, коммерческий директор АО «СКО ФНПР «Профкурорт».

Как вы оцениваете нынешнюю динамику и глубину бронирований санаторно-курортных путевок?

Цены на 2017 год были утверждены еще в конце 2016 года, что позволило агентам заранее оповещать клиентов о стоимости размещения в санаториях. Наши клиенты предпочитают отдыхать на курортах Кавказских Минеральных Вод в сентябре-октябре, во время «бархатного» сезона. Бронирование на осень началось еще зимой, наиболее активными месяцами продаж в нашей компании стали март и апрель. Тем не менее мы можем констатировать, что по сравнению с прошлым годом спрос на санаторно-курортные путевки сократился по всем направлениям.

Хорошую статистику показывают отдельные объекты. Например, мы фиксируем увеличение продаж в санаторий «Хилово», расположенный в Псковской области. Это один из мощных лечебно-диагностических комплексов Северо-Запада России. Развитая инфраструктура и наличие природных лечебных факторов способствуют хорошей загрузке санатория.

Сколько здравниц подключено сегодня к вашей системе онлайн-бронирования?

На нашем сайте представлено 170 объектов размещения: санатории, пансионаты, гостиничные комплексы. Полностью автоматизированы продажи в 23 профсоюзных санаториях, в которых установлено программное обеспечение «Отель». С остальными объектами мы сотрудничаем на условиях «мягкой» квоты и, в редких случаях, на условиях «запроса».

Объекты в Краснодарском крае и Крыму также выставлены в онлайн на условиях «мягкой» квоты. Это сделано для удобства работы наших агентов. О количестве квоты, условиях ее предоставления мы договариваемся предварительно.

Какой формат сотрудничества вы предлагаете агентам? Выдаете ли вы своим партнерам доверенности?

Мы сотрудничаем с агентствами на условиях регламента и приложений к нему. Доверенности партнерам не выдаем.

Мы отличаемся от других туроператоров тем, что работаем только по цене санаториев, соответственно, агентское вознаграждение дифференцировано и отражается в приложении к регламенту. Процент зависит от договорных условий с объектом размещения. Стартовая комиссия в профсоюзные санатории КМВ — 10%, в Сочи — 15%.

В этом году мы разработали бонусную программу, суть которой заключается в том, что при достижении определенных оборотов можно получить более высокое агентское вознаграждение на профсоюзные санатории КМВ.

К слову, только за январь — март текущего года свое первое бронирование в нашей компании сделали 120 турагентств. Это хороший результат, учитывая низкий сезон и кризисные явления.

Каковы ваши ожидания от летнего сезона?

Мы ожидаем снижения продаж на южном направлении. Курорты Краснодарского края и Крыма не выдерживают ценовой конкуренции с Турцией. Также, к сожалению, уже наблюдается падение спроса на санатории Московской области. Это касается, например, профсоюзного санатория «Дорохово», который традиционно хорошо загружался и последние два года не повышал цены.

Как правило, решающее значение для успешных продаж имеет качество обслуживания в санатории или пансионате, и, как результат, наличие положительных отзывов и рекомендаций от клиентов.

В качестве примера можно привести небольшой частный отель под Евпаторией «Горького 29», персонал которого «выкладывается» на все 100%. Отдыхающие звонят и благодарят сотрудников, рекомендуют отдых там своим друзьям и знакомым. Отель же, в свою очередь, в условиях снижения покупательской способности применяет гибкую систему скидок — сейчас это минус 15% при бронировании от 12 ночей — чем привлекает к себе новых гостей.

Основным для нас остается направление КМВ. И здесь мы надеемся выйти на плановые показатели в продажах в этом году. **TE**

«ГРИНН» раскручивает колесо истории

Орловский туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН» принял самых известных путешественников современности.



С 27 по 29 апреля в ТМК «ГРИНН» проходил международный фестиваль в области путешествий и туризма «Русский путешественник» им.

Н.Н. Миклухо-Маклая, собравший множество знаменитых гостей — путешественников, исследователей, полярников, потомков великих первооткрывателей. На мероприятиях присутствовали представители государственных структур и туристического бизнеса. За три дня работы фестиваля его площадки посетили более двух тысяч человек.

Среди череды ярких мероприятий особенно выделялось открытие новых уникальных культурных объектов на территории ТМК «ГРИНН»: скульптурной композиции «Русским путешественникам посвящается... Колесо истории», международной «Аллеи славы», знака «Нулевая верста».

Автор идеи памятника «Русским путешественникам посвящается... Колесо истории» — генеральный директор АО «Корпорация

«ГРИНН» Николай Грешилов, скульптор — Юрий Киреев. В композиции образно отражена преемственность поколений россиян в познании неизведанных уголков Земли и Вселенной. Три путешественника, олицетворяющие три эпохи российской истории, передают будущему русскому путешественнику символические достижения своего времени. Первый — представитель первооткрывателей и собирателей земель самой большой страны мира — протягивает руку со свернутой картой России. В центре — Юрий Гагарин передает звезду, приглашая путешествовать к далеким планетам. Третий — наш современник — вручает мальчику «Колесо истории» как знак традиций высших достижений русских путешественников, прославивших нашу страну на весь мир.

В основание скульптурной композиции заложили капсулу на 44 года с посланием потомкам. Также 44 мемориальных звезды-компасы выдающимся путешественникам разных эпох были заложены на международной «Аллее славы».

В рамках фестиваля состоялся радиомост с международной космической станцией. В бизнес-центре ТМК «ГРИНН» проходили семинары, были организованы выставка-ярмарка, кинопоказ фильмов о путешествиях, фотовыставка. **ТБ**

Межрегиональная туристическая конференция «Орел 2017» проходила в ТМК «ГРИНН» 28–29 апреля 2017 года.

Открыли конференцию заместитель председателя правительства Орловской области Сергей Ступин, и.о. ректора ОГУ им. И.С. Тургенева Ольга Пилипенко, директор ТМК «ГРИНН» Алина Плясунова.

В рамках мероприятия было организовано пленарное заседание и два круглых стола, работала выставка-ярмарка изделий народных промыслов Орловской области. Участники и посетители могли осмотреть макеты орловских крепостей и усадеб и посетить тематическую фотовыставку. Пленарное заседание посетили 200 человек.

На конференции обсуждались тенденции развития туристической отрасли в регионах РФ, формирование бренда территорий и современные маркетинговые инструменты развития гостинично-туристического бизнеса. Достигнута договоренность о включении конференции в план мероприятий Орловской области и принято решение сделать ее ежегодной.



Золотой запас России

Старейший туристический маршрут России — Золотое кольцо — начался с серии очерков московского журналиста Юрия Бычкова. И публикации, и маршрут, первоначально проложенный по восьми городам, были связаны, за малым исключением, темой историко-архитектурных сокровищ Северо-Восточной Руси, а также историческими дорогами — нынешними федеральными трассами М7 «Холмогоры», М8 «Волга» и Северной железной дорогой.

ТЕКСТ
ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

В этом году Золотому кольцу исполняется 50 лет. Отмечается юбилей как-то незаметно, в частности потому, что спустя полвека никто точно не знает, что же представляет собой знаменитый маршрут. Привлекательный бренд есть. А его законодательного закрепления и точного определения нет. Как нет и точной статистики посещения его городов туристами.

«Неформально», по мнению экспертов, в сегодняшнее Золотое кольцо помимо «изначальных» восьми городов входят также Москва, Александров, Боголюбово, Гороховец, Гусь-Хрустальный, Дмитров, Калязин, Кидекша, Муром, Мышкин, Палех, Плещ, Рыбинск, Романов-Борисоглебск (Тутаев), Углич, Юрьев-Польский и Шуя. Какое отношение к ним имеют якобы официально включенные недавно в маршрут Касимов и Калуга, при всем уважении к туристическим ресурсам этих городов, понять сложно.

Одна из главных проблем сегодняшнего Золотого кольца состоит в том, что контингент путешествующих по нему во всех отношениях очень сильно изменился: преобладают индивидуальные туристы, ожидающие найти на «намоленном» маршруте турпродукт, соответствующий началу XXI века. И если гостиничная инфраструктура в большинстве городов все

ближе к нему, то экскурсионное обслуживание и информационное обеспечение маршрута заметно отстают, оставаясь нередко на уровне полувековой давности.

В городах Золотого кольца сегодня проводится — пока, к сожалению, главным образом в высокий сезон — немало интересных событийных мероприятий. Самый яркий пример — суздальский праздник Огурца. Но объявляют о них региональные туристические администрации обычно в последний момент, а турфирмы не очень охотно включают их в свои программы.

Города Золотого кольца находится в пяти (или шести, или семи — смотря как считать) регионах России, а межрегиональное взаимодействие по-прежнему остается одним из самых слабых мест отечественного туризма. И о едином, межрегиональном туристическом календаре Золотого кольца по-прежнему остается только мечтать.

Важной проблемой представляется и то, что на официальном языке называется недостаточной предпринимательской активностью населения в сфере туризма. Иными словами, в Угличе и Мышкине население и власти давно почувствовали вкус к развитию туризма, а в Юрьеве-Польском и Шуе, например, еще не поняли зависимость уровня собственных доходов от количества приезжающих. **ТБ**

Организованный поток на Золотом кольце иссякает, «намоленный» бренд нуждается в перезагрузке. На левой фотографии — фонтаны на стрелке Волги в Ярославле. На правой — вид на Свято-Троицкий Ипатьевский монастырь, Кострома.



© ЛИТВЯК ИГОРЬ / ФОТОБАНК ЛОРИ



© ЕКАТЕРИНА ОВСЯННИКОВА / ФОТОБАНК ЛОРИ

ЯРОСЛАВЛЬ

Самый древний из русских городов на Волге, основан в начале XI века Ярославом Мудрым. За ярчайший след, оставленный в российской истории и культуре (архитектура, фресковая живопись, иконы, театр), получил прозвище «русской Флоренции».



КОСТРОМА

Известна с середины XII века. Несмотря на утрату ряда древних памятников, колыбель царской династии Романовых сохранила удивительно цельный облик старого русского купеческого города — такого ансамбля торговых рядов нет ни в одном городе России.



РОСТОВ ВЕЛИКИЙ

«Собрался черт в Ростов, да испугался крестов». Знамениты не только ростовские «кресты», то есть храмы и Кремль, но и ростовские колокольные звоны, ростовская финифть, а также ростовский лук, выращиваемый в колыбели русского городничества.



ИВАНОВО

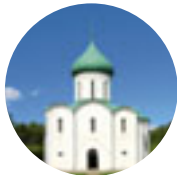
Получивший городской статус только в конце XIX века Иваново-Вознесенск, прозванный «русским Манчестером», не имеет отношения к главной теме Золотого кольца — сокровищам древнерусской культуры. Был включен в маршрут исключительно по идеологическим причинам — «по совокупности революционных заслуг».



ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО РОССИИ

ПЕРЕСЛАВЛЬ-ЗАЛЕССКИЙ

От построенного вместе с городом Спасо-Преображенского собора (1152 г.) можно подняться на полностью сохранившееся кольцо городских валов, откуда открывается вид на Плещеево озеро, родину русского флота.



СУЗДАЛЬ

Самый маленький из городов Золотого кольца, имеющий самое большое количество памятников старины на единицу городской площади и на душу населения. Настолько большое, что само имя города стало нарицательным.



ВЛАДИМИР

Древняя столица Северо-Восточной Руси. Стоящие над Клязьмой Успенский (XI–XII вв.) и Дмитриевский (XIII в.) соборы, а также Золотые ворота — своеобразная увертюра ко всему маршруту.



СЕРГИЕВ ПОСАД

Возник в XIV веке на горе Маковец вокруг основанной одним из самых чтимых русских святых, преподобным Сергием Радонежским, Троицкой обители — главной духовной святыни России.



ИРИНА АСТАХОВА

ДИРЕКТОР ОФИСА ПО РОССИИ ТУРОПЕРАТОРА «ВАНД»

«Золотое кольцо» угодило в своего рода «демографическую яму». Те туристы, которые привыкли еще с советских времен путешествовать по нему, перешли в возрастную категорию 50+, что зачастую ограничивает их мобильность и финансовую составляющую. Те, кто пришли им на смену, не столь многочисленны вследствие падения рождаемости в 90-е годы. К тому же у молодежи другой формат жизни, и путешествует она самостоятельно. На маршруте произошли существенные изменения к лучшему: многие новые гостиницы гораздо комфортнее, чем отели в европейских странах в экскурсионных турах. Появились новые объекты показа. Но некоторые из них рассчитаны в большей мере на детей (например, «Луковая слобода» в Ростове Великом, Музей баклуши в Семибратово), а некоторые — вроде «Русского парка» в Переславле — из-за отсутствия достойной коллекции экспонатов представляют собой больше выставочную площадку, нежели полноценный музей. Новые по-настоящему интересные объекты — как усадьба Воронино близ Петровска — требуют серьезного развития туристической инфраструктуры. Путешествия по «Золотому кольцу» по давней традиции проходят в стиле «галопом по Европам». Думаю, что к классическому формату экскурсионных туров выходного дня стоит добавить новый формат и на знакомство с каждым городом Золотого Кольца выделять целый уикенд.



МИХАИЛ РОМАНОВ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ТУРОПЕРАТОРА «ОРФЕЙ»

Сегодняшние проблемы Золотого кольца связаны не в последнюю очередь с резким ростом количества автомашин. При этом дорог больше не стало. В выходные дни выехать из Москвы и вернуться — настоящая проблема. За полвека разительно переменялась инфраструктура маршрута. Иногда до такой степени, что города-музеи, как, скажем, Суздаль, превратились в города-гостиницы. В прежние времена соотношение организованных и индивидуальных туристов было приблизительно 9:1. Сегодня ситуация изменилась зеркально. Далеко не все оказались к этому готовыми, прежде всего те, кто занимается туристической статистикой. Как понять, индивидуальным или организованным туристом является тот или иной постоялец гостиницы или посетитель музея? Поэтому объективно судить о том, насколько увеличилось или уменьшилось количество туристов на дорогах Золотого кольца, становится все сложнее. Турфирмы, кстати, в последние годы приложили немало усилий для того, чтобы максимально «размыть» проверенный временем бренд. Какие только города и веси к нему ни привязывают, «впаивают» даже круизы по Волге! А некоторые регионы — например, Владимирская область — обзавелись собственными «золотыми кольцами».

Моравские впечатления

Замки и дворцы, музеи и сады, лошади и кролики, пиво и пряники... Исторические города Моравии удивляют и восхищают туристов, соперничая с чешской столицей.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДР ПОПОВ

БАРОЧНЫЙ ОЛОМОУЦ

История обогатила Оломоуц множеством достопримечательностей, по числу которых он занимает в стране второе место после Праги. В путеводителе Lonely Planet Оломоуц назван «самым красивым городом Чехии». В его архитектурном ландшафте преобладает стиль барокко, наиболее ярким представителем которого, пожалуй, можно назвать Колонну Пресвятой Троицы, включенную в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. Соревнуясь с Прагой, город, в частности, может представить в качестве аргумента куранты с астрономическими часами на ратуше. В их художественном воплощении органично сочетаются мотивы социалистического реализма (союз интеллигенции и пролетариата) и традиции европейского искусства создания настенных часов.

Моравским Лувром называют музей искусств в Архиепископском дворце (XVII), где встречались перед битвой под Аустерлицем русский царь Александр I и австрийский император Франц I. Здесь, например, можно увидеть скульптурную деревянную группу, которую образуют святая Анна (Anne Selbdritt, бабушка Иисуса Христа), Дева Мария и ребенок Христос, символизирующие в католицизме Троицу.

В архитектуре Собора Святого Вацлава представлены и романский стиль, и готика, и барокко. Южная башня собора вторая по высоте (100 м 65 см) в Чехии после башни собора Святого Вита в Праге.

Город украшают шесть барочных фонтанов: Нептуна, Геркулеса, Юпитера, Тритона, Меркурия и Цезаря (последний, по неподтвержденной легенде, основал Оломоуц). Оригинально

ФАМ-ТРИП ПО СРЕДНЕЙ И ВОСТОЧНОЙ МОРАВИИ

Оломоуц — Кромержиж — Пардубице — Литомышль — Кладрубы-над-Лабем — такой маршрут предложило группе российских туроператоров Национальное туристическое представительство Чешской Республики. Профильную российскую прессу представлял в этой поездке журнал «Турбизнес».



Колонна Пресвятой Троицы в Оломоуце



Замок в Пардубице

выглядит и современный фонтан Ариона, где «купается» симпатичная черепаха.

Бесподобная панорама города и его окрестностей открывается со Святой горы (Свати-Копечек), на которой высится знаменитый барочный Паломнический Храм Посещения Девы Марии (XVII).

Несколько раз в год в красивом городском парке проводится фестиваль цветов Flora.

Возможное размещение: отели Flora, Trinity, ibis Olomouc Center, Clarion.

Где посидеть: ресторан «Подкова», мини-пивзавод «Ригровка».

ЦВЕТУЩИЙ КРОМЕРЖИЖ

Дома с аркадами украшают исторический центр города, а монументальный Кромержижский дворец архиепископа окружают включенные в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО английский парк и барочный цветочный сад. В 1777 году дворец стал летней резиденцией оломоуцких епископов. Его картинная галерея и винные погреба — одни из лучших в стране. В дворцовом музее сосредоточено 135 тысяч предметов искусства. Привлекает внимание забавная Кроличья горка высотой около 5 м.



© KAREL SAKAR

В ней в отдельных норках, каждая со своим окошком, обитают несколько милых ушастиков. Экскурсию по городу может провести «капитан епископской гвардии», одетый по полной форме, включая огромную медвежью шапку, по виду такую же, как у британских гвардейцев. «Капитан» рассказал, что на самом деле у британцев шапки из собачьей шерсти. Он знает, что говорит, поскольку занимается проведением военных реконструкций, которые часто проходят в Чехии.

Где посидеть: ресторан «У Черного орла».

ПРЯНИЧНЫЙ ПАРДУБИЦЕ

Знакомство с Пардубице хорошо начинать с вечерней экскурсии по красиво освещенному историческому центру. Познавательный маршрут ведет от городского замка через окруженную зданиями эпохи Возрождения Перштынску площадь до Зеленых ворот, перед которыми на булыжной мостовой выложен герб города — передняя часть лошади, память о битве за Милан, в которой участвовал чешский рыцарь Ешек. Его коня пополам разрубила опустившаяся решетка городских ворот во время атаки. Ренессансный бело-розовый замок Пардубице словно

пришел из сказки. В экспозициях его музея представлены богатые коллекции оружия, игрушек и открыток, впечатляет собрание чешского стекла. Очень интересны рыцарские залы. Самый необычный экспонат — сундук, находящийся в подвале. Он настолько велик, что вынести его через дверь в подzemелье невозможно.

В Пардубице расположен международный аэропорт. По значению для Чехии его называют вторым после пражского. Вокруг Пардубице немало интересных для туристов мест, при том, что обслуживание самолетов здесь на 35–40% дешевле, чем в Праге. Среди авиакомпаний, выполняющих сюда рейсы, значатся «Россия» и Red Wings. К октябрю 2017 года предполагается завершить строительство нового терминала, правда, объем выполненных на конец апреля работ ставит под сомнение открытие аэропорта в срок.

Лучшим сувениром из Пардубице станет красочный пряник. Можно даже побывать в Музее пряников, что находится недалеко от города, у Кутеницкой горы.

Возможное размещение: отель Arnost.

МУЗЫКАЛЬНЫЙ ЛИТОМЫШЛЬ

Ренессансный архитектурный ансамбль дворца-замка в Литомышле кажется сложным из розового кирпича благодаря оттенку покрывающей его штукатурки. В 1999 году комплекс был включен в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. На фасад замка нанесено более 800 не похожих друг на друга элементов росписи. Здесь сохранился театр XVIII века, а в подвалах устроена выставка работ чешского скульптора Олбрама Зоубека. В одном из помещений замка можно увидеть «Сердце Вацлава Гавела», огромный восковой свиток высотой около двух метров, созданный из множества свечей, зажженных на чешских площадях в память о первом президенте Чехии, появившейся после распада Чехословакии. Дворцовый комплекс в Литомышле занимает видное место в истории музыкальной культуры страны. Здесь в 1824 году в семье пивовара родился композитор Бедржих Сметана, основоположник чешской национальной композиторской школы. Одна из композиций его цикла «Моя родина» под названием «Влтава» стала неофициальным чешским национальным гимном. В доме, где родился Сметана, устроен музей.

Где посидеть: ресторан «Аллаус». **ТБ**



НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОННЫЙ ЗАВОД

На знаменитом конезаводе в Кладрубах-над-Лабем уже около пятисот лет разводятся особые старокладрубские лошади белой масти. Их называют каретными, так как часто используют для церемониальных целей королевских семей Европы. Кладрубские лошади также участвуют в скачках и демонстрациях классической выездки. Здесь можно осмотреть конюшни, полюбоваться жеребцами-рекордсменами, посетить манеж и даже «детский сад», куда помещаются кобылы с жеребятами, недавно появившимися на свет. Рядом с конезаводом стоит дворец, принадлежавший императору Францу Иосифу I и его красавице жене Елизавете (Сиси), сестре «сказочного» баварского короля Людвига II, строителя замков. Во время экскурсии по залам дворца можно познакомиться с бытом сиятельных персон и узнать о них много интересного. Так, например, Сиси была прекрасной наездницей и вообще спортсменкой, ее талия в обхвате не превышала 50 см.

От Мон-Сен-Мишеля до Моне

На карте Франции есть названия, которые будоражат воображение туристов со всего мира. Грандиозное аббатство-крепость Мон-Сен-Мишель, средневековый Руан, белые скалы Этрета, дворец Бенедиктин, портовый Гавр, курортный Онфлёр... Все эти места объединяет то, что они находятся в Нормандии, области, раскинувшейся на северо-западе Франции на побережье Ла-Манша. Ценители искусства найдут здесь истоки импрессионизма, знатоки истории — прекрасно сохранившиеся замки и соборы. А гурманам будет интересно попробовать «на месте» нормандские специалитеты — камамбер, сидр и кальвадос.

1. АББАТСТВО МОН-СЕН-МИШЕЛЬ

Это одно из самых посещаемых мест Франции. Монахи-бенедиктинцы обосновались на высокой скале у линии моря в X веке. За одиннадцать веков легендарное аббатство пережило многое и даже во время Столетней войны оставалось неприступной крепостью. Самые интересные здания комплекса — церковь Каролингов и дом Байё, который знакомит с историей аббатства. Наглядное объяснение феномена приливов и отливов можно получить в Морском музее. А в Историческом музее — познакомиться с ретроспективой «жизни» горы Сен-Мишель, представленной на диораме со световым и звуковым сопровождением.



2. РУАН

Столица Нормандии ведет свою летопись с I-II веков н.э., когда в этих местах на берегу Сены появилось поселение кельтов. Город был одним из главных центров Римской империи на севере Франции, его захватывали норманны, здесь сражался и захоронен Ричард Львиное Сердце. В XV веке во время Столетней войны в башне Руанского замка находилась в заточении Жанна д'Арк. В числе самых популярных у туристов мест — шестисотлетний Руанский собор, самый высокий во Франции (151 м); городские астрономические часы XIV века; башня Жанны д'Арк; Старорыночная площадь; Музей изобразительных искусств, где представлены шедевры Веронезе, Веласкеса, Рубенса, Пуссена, Моне, Ренуара, Модильяни.



3. КАН

Столица департамента Кальвадос дала название знаменитому крепкому алкогольному напитку, получаемому из яблочного или грушевого сидра. Одна из главных городских достопримечательностей — замок, возведенный в XI веке Вильгельмом Завоевателем. В музее Нормандии, расположенном в замке, представлена история региона — от образцов фахверковых фасадов из камня, дерева и кирпича до прессов для производства сидра и перегонных кубов для приготовления кальвадоса. В Кане нужно обязательно посетить Музей изящных искусств, где экспонируются работы мастеров различных французских художественных направлений.

4. БАЙЁ

Город Байё в Кальвадосе расположен в 12 км к югу от Ла-Манша. В музейном центре Вильгельма Завоевателя выставлен ковер королевы Матильды. Этот шедевр длиной 70 метров изображает события из истории завоевания Англии Вильгельмом Нормандским. Другая визитная карточка Байё — Собор Нотр-Дам XII-XV веков, сочетающий в себе черты романского стиля и нормандской готики с чудовищами и обезьянами на фоне «плетеного» орнамента. Популярное место для селфи — растущее рядом с собором Дерево свободы, которое было посажено в годовщину Французской революции.

5. ЭТРЕТА



Крошечный городок на известняковом побережье Ла-Манша прячется в бухте, которую с двух сторон обступают огромные скалы. Местные романтические виды побережья с природными арками вдохновляли многих известных художников. С видом на самую фотографируемую скалу побережья дизайнер Александр Гривко разбил замечательный сад, мастерски вписав в природу уникальную коллекцию современного искусства. В приморский дворец XIX века Шато Эгю приезжали на летний отдых европейские аристократы, в его залах теперь размещена коллекция китайского фарфора. Летом в Этрету туристов привлекают галечный пляж и гольф-клуб с полями с видом на море.

6. ДВОРЕЦ И АББАТСТВО БЕНЕДИКТИН

Местное аббатство прославилось благодаря изобретению в 1510 году доном Бернардо Винчелли секретного эликсира, который производили здесь вплоть до Французской революции, когда его рецепт был утерян. В XIX веке эликсир получил второе рождение и стал популярен во Франции и за ее пределами как крепкий ликер бенедиктин. Его рецепт и поныне держится в строжайшей тайне. Известно лишь, что входит в него 27 различных трав. В роскошном дворце туристов зна-



комат с процессом производства ликера. На выбор — тематические экскурсии с дегустацией, посещение винных погребов, мастер-классы по приготовлению коктейлей.

7. ГАВР

Один из крупнейших портов Франции и Европы. Хотя история города ведется с 1517 года, у туристов он известен не только старинными постройками, в числе которых городская ратуша, 109-метровая колокольня Сен-Жозеф и монастырь Гравиль, но и архитектурой XX века. Разрушенная во время Второй мировой войны центральная часть Гавра была заново застроена современными домами характерного белого цвета по проекту архитектора Огюста Перре. Считается, что жилые дома Перре вдохновили разработчиков советских «хрущевок». Центр города внесен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО за «инновационное использование возможностей бетона». Самые посещаемые музеи Гавра — изобразительных искусств, где представлены европейские школы живописи XII-XX вв., Морской, Исторический и Музей изящных искусств Андре Мольро.

8. ОНФЛЁР

Курортный Онфлёр известен как город моряков и импрессионистов. Именно здесь Клод Моне черпал вдохновение вместе со своим учителем Эженом



Буденом. В музее последнего находятся коллекция работ нормандских художников — предшественников импрессионизма и произведения современной живописи. Дом-музей композитора Эрика Сати занимает помещение в фахверковом доме и открывает малоизвестные страницы истории Нормандии. Любимы туристами живописный порт и прилегающие к нему верфи. В Онфлёре есть свои «самые-самые» достопримечательности. Это колокольня и церковь Святой Кaterины — крупнейшая деревянная церковь во Франции, построенная корабельными плотниками в виде двух стоящих бок о бок перевернутых кораблей. И грандиозный мост, соединяющий город с Гавром, — по размерам он второй в мире.

9. ЖИВЕРНИ

Город в долине Сены неразрывно связан с именем Клода Моне, который многие годы жил и творил здесь. В двухэтажном доме-музее сохранилась мебель и многие личные вещи художника. Сад вокруг дома, японский пруд с бамбуком, плакучими ивами и водяными лилиями по берегам до сих пор сохраняются такими же, как и при жизни Моне. Знаменитая картина «Впечатление, восход солнца», которая дала название новому течению в искусстве — импрессионизму, была написана именно здесь. **15**

Аттракцион для всей семьи

Одно из важных преимуществ островов мальтийского архипелага как места для семейного отдыха в том, что здесь интересно и родителям и детям.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДР ПОПОВ

ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ

Popeye Village

www.popeyemalta.com

Форт Rinella

www.fortrinella.com

Splash & Fun Water Park

www.splashandfunmalta.com

Mediterraneo Marine Park

www.mediterraneopark.com

Malta National aquarium

www.aquarium.com.mt

Playmobil Fun Park

www.playmobilmalta.com

Мальта для всей семьи

www.visitmalta.com/ru/family-fun

Для семей с маленькими детьми главный адрес — развлекательный тематический Парк морячка Попея (Popeye Village) на берегу бухты Энкер (Anchor Bay) неподалеку от Меллихи. Здесь нет «крутых» аттракционов, но можно переместиться в прошлое на сотню лет назад и даже стать актером фильма. Парк — подарок Голливуда Мальте. Он создан на бывшей съемочной площадке фильма о бравом морячке, снятого на Мальте в 1980 году. Здесь около 20 домиков-декораций, несколько бассейнов, пляж, детская железная дорога, водные и американские горки для малышей, электромобильчики, множество других аттракционов, фотостудия и, конечно, киноцентр. Можно потрогать декорации, увидеть, как снимается кино, посмотреть шоу, снять свой мини-фильм и получить копию. Круглый год открыт домик Санта-Клауса, где он принимает гостей. В мастерской занимаются своими сказочными делами трудолюбивые гномы. В хорошую

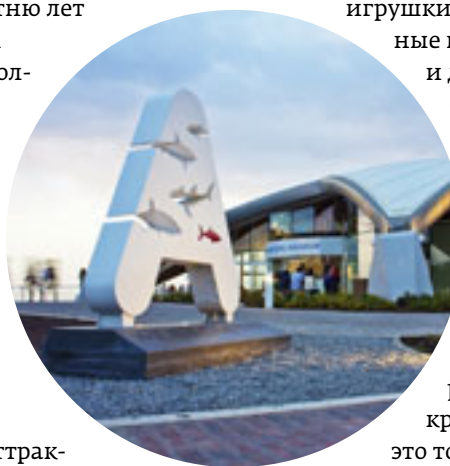
погоду посетителей приглашают на прогулку вдоль берега бухты на шхуне (20 мин.).

В Валлетте есть Музей игрушек (Toys' museum, Republic Str. 222), которому более 50 лет. Здесь выставлено уникальное собрание металлических моделей машин, в точности повторяющих оригиналы. Есть игрушки и для мальчиков (выпущенные в послевоенный период),

и для девочек — разнообразные куклы. Гордость музея — коллекция оловянных солдатиков и фигурок домашних птиц и животных.

Трудно найти мальчишку, которого не привлекала бы рыцарская тема — мечи, латы, старинные пистолеты, пушки, крепости. Да и девочкам это тоже бывает интересно, ведь где рыцари, там и прекрасные дамы. В этом отношении Мальта — настоящий музей под открытым небом. Здесь даже можно увидеть самую большую в мире для своего времени (1882) береговую пушку длиной 11 м. Она стоит в форте Rinella.

Очень удобно, рядом друг с другом, недалеко от Слимы расположены аква-



парк Splash & Fun Water Park и морской парк Mediterraneo Marine Park. В аквапарке самые большие в этой части Средиземноморья водные горки, «ленивая речка», один из крупнейших бассейнов с волнами в Европе. Есть бассейн с шезлонгами и зонтиками. Рядом — детская площадка с «динозаврами», железной дорогой, американскими горками и надувными замками. Аквапарк открыт с апреля по октябрь.

Mediterraneo Marine Park — отличное место, где можно увидеть морских животных и пообщаться с ними. Здесь ежедневно устраиваются шоу с участием дельфинов. Гости могут поплавать с ними в бассейне и познакомиться с асами дрессировки. В представлениях также участвуют попугаи, черепахи, лягушки, игуаны и даже пауки. Важный элемент шоу — интерактивный контакт с аудиторией. В парке есть аквариум со множеством рыб, зоологический уголок, карусели и другие аттракционы. Парк открыт круглый год, кроме периода рождественских праздников.

На популярном курорте Аура, сливающимся с курортом Буджиббой, в Сент-Полс-Бей расположен Национальный аквариум Мальты (Malta National aquarium). В ультрасовременном здании в виде морской звезды на площади 20 тыс. кв. м разместились около 25 больших аквариумов, где великолепно представлен подводный мир Средиземного моря и Индийского океана. Самый большой аквариум диаметром 12 м выполнен в виде тоннеля. Аквапарк открыт круглый год.

Развлекательный парк Playmobil Fun Park в Бирзебудже — вторая по величине в мире фабрика, где можно увидеть весь процесс произ-

водства игрушек этой марки. Дети в восторге! Здесь множество тематических игровых наборов конструктора Playmobil, которые очень нравятся маленьким курортникам. Такие игры прекрасно способствуют развитию детского творчества. Здесь главные — дети. Это подчеркивается и тем, что входные билеты для детей (2,40 евро) дороже, чем у взрослых (1,20 евро). Но надо иметь в виду, что вход на фабрику разрешен только посетителям старше пяти лет. Этот парк также открыт круглый год. **ТЕ**

БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

- * Легко добраться
- * Исключительный выбор мест размещения
- * Солнце 300 дней в году
- * Столица Валлетта - объект культурного наследия ЮНЕСКО и культурная столица Европы 2018
- * о. Гозо - неизведанный рай
- * Безопасный отдых
- * Кристально чистое Средиземное море

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

<p>ANEX TOUR МТ1 016189 М «КИТАЙ ГОРОД» 8-800-77-55-000 www.anextour.com</p>	<p>ICS TRAVEL GROUP МВ3 000786 М «ТУЛЬСКАЯ» (495) 748-4847 (мн.) www.icstrvl.ru</p>	<p>БИБЛИО ГЛОБУС МТ3 011710 М «ЛУБЯНКА», «СЕМЕНОВСКАЯ» (495) 504-2555 www.bgoperator.ru</p>	<p>ВАНД ВОЯЖ МТ3 011881 М «ТВЕРСКАЯ» (495) 780-3661 www.vand.ru</p>
<p>ДИАЛОГ МТ3 016829 М «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ» (495) 730-2022 (мн.) www.maltasort.ru</p>	<p>ИНСАЙТ-ЛИНГВА МТ3 009842 М «НОВОСЛОБОДСКАЯ» (495) 795-0922 www.i-l.ru</p>	<p>ТК МЕЛИТА МТ3 011106 М «АРБАТСКАЯ» (495) 220-7270 www.maltatour.ru</p>	<p>НАТАЛИ ТУРС МТ1 000867 М «МАЯКОВСКАЯ» (495) 792-56-09 www.natalie-tours.ru</p>
<p>СТЪ ТУРС МТ3 006955 М «ДОСТОЕВСКАЯ» (495) 789-8779 www.stbtours.ru</p>	<p>ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС МТ3 000756 М «АРБАТСКАЯ» (495) 503-8542 www.travel-express.ru</p>	<p>ТРЭВЕЛМАРТ МТ3 011890 М «ТАГАНСКАЯ» (495) 935-8330 www.mymalta.ru</p>	

Мальта - не просто отдых!

MALTA IS MORE

www.visitmalta.com

Борьба за Олимп



Летний сезон на греческом направлении ожидается успешным, несмотря на возвращение на рынок Турции и активность со стороны европейского рынка, которая уже привела к «стопам» в наиболее востребованных отелях.

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДРА
ПОЛЯНСКАЯ

782,5 тыс.

российских туристов, по данным Росстата, посетили Грецию в 2016 году, что на 23% превышает показатель 2015 года. По словам министра туризма страны Елены Кунтура, нынешний год может стать лучшим в истории годом греческого туризма: направление могут посетить до 30 млн иностранных путешественников.

ПО-ПРЕЖНЕМУ ЛЮБИМА

Несмотря на спецпредложения со стороны конкурентов, многие российские туристы снова предпочли Грецию. Ведущие игроки направления прогнозируют рост на уровне 20–30%, связывая популярность страны с «комфортным» курсом евро, лояльной визовой политикой и привлекательными акциями греческих отельеров.

Позитивные тенденции позволили ряду туроператоров увеличить свои объемы по Греции. Например, компания «Натали Турс» расширила свой ассортимент, добавив к Родосу и Криту Халкидики, Корфу и Пелопоннес, а также линейку комбинированных туров в формате «экскурсии плюс пляжный отдых» из Афин и Салоник. Туроператор ANEX Tour также принял решение усилить свои позиции в Греции, а точнее, на Крите и Родосе, которые, по расчетам специалистов компании, будут особенно популярны у российских туристов.

Раннее бронирование туров в Грецию с самого начала демонстрирует высокие пока-

затели. «Спрос на туры в страну в этом году превышает прошлогодний, даже несмотря на возвращение Турции, что, конечно, не может не радовать. Думаю, что по итогам года мы получим хорошие результаты и объемы 2016 года будут превышены в разы», — говорит Анатолий Гаркушин, генеральный директор компании «Пантеон».

Динамика продаж в «Натали Турс» сопоставима с прошлым годом, при этом наблюдается увеличение глубины бронирований. О заметном росте спроса на направлении говорит Александр Цандекиди, генеральный директор компании «Музенидис Трэвел». «По состоянию на конец февраля объемы продаж Греции превысили прошлогодние в шесть раз, объемы мартовских продаж — в четыре раза, — делится статистикой эксперт. — Что касается летнего сезона, то мы также прогнозируем рост. Думаю, что по итогам года Греция прибавит минимум 30% к объемам прошлого года».

Темпы продаж на направлении в ANEX Tour увеличились на 2% по сравнению с прошлым годом. На середину мая туропера-

тор закрыл 36% от запланированного объема. Глубина бронирования в компании достигает 89 дней. Довольны продажами и в компании «Спейс Тревел». «Сейчас, полноценно заходя в летний сезон, можно говорить о положительной динамике на направлении, есть прирост по отношению к прошлому году», — констатирует Артур Мурадян, генеральный директор компании.

Игроки рынка солидарны в том, что влияние Турции на продажи Греции очень опосредованно, минимально. Скорее всего, говорят игроки рынка, возвращение этого направления остро ощутят на себе российские курорты. У «турецкой» и «греческой» аудитории российских туристов разные ожидания и приоритеты, поэтому туроператоры не фиксируют существенного перераспределения спроса. «Мы видим значительное повышение спроса на Грецию у россиян, несмотря на открытую Турцию, поскольку у этого направления есть «свой» клиент», — говорит Татьяна Круглова, PR-менеджер туроператора «TUI Россия».

МЕСТ НЕТ?

Греция останется в числе самых популярных направлений не только для российских туристов, но и для европейских. Большое значение здесь играет вопрос безопасности. Многие клиенты опасаются отдыхать в арабских странах, поэтому выбирают в качестве направления летнего отдыха европейское Средиземноморье, обращая свой взор на Гре-

цию как наиболее бюджетное направление с более широким выбором отелей, работающих по системе all inclusive.

Массовая переориентация европейских туристов с Турции на Грецию, по словам Анатолия Гаркушина, скорее всего, приведет к нехватке мест в гостиницах. «Но на сегодняшний день в наших базовых отелях проблем с размещением нет. Популярные объекты в этом году несколько увеличили цены, но они нивелировались курсом

евро по отношению к рублю», — отмечает эксперт.

Наталья Минорская, менеджер по направлению Греция компании «Ванд», также указывает на рост спроса со стороны европейских туристов и, как следствие, на нехватку мест в отелях для российских туристов, которые, по свидетельству специалиста,

в этом году бронируют туры в Грецию так же активно, как и в прошлом. «Многие отели уже «встали на стоп», даже на осень в некоторых из них нет мест, ряд гостиниц вообще закрыт для российского рынка. Да, рейсов в Грецию стало больше, а вот что делать с размещением?» — задается вопросом эксперт.

ANEX Tour прогнозировал повышенный спрос на Грецию, поэтому в наступающем сезоне значительно расширил отельную базу, в первую очередь пополнив ассортимент качественными «четверками» и «пятерками», работающими по системе «все включено». Что касается увеличения цен, то оно, по оценке компании, незначительное: стоимость одной ночи на одного



АЛЕКСАНДР ЦАНДЕКИДИ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ТУРОПЕРАТОРА
«МУЗЕНИДИС ТРЭВЕЛ»

Спрос на Грецию со стороны европейского рынка колоссальный, поэтому туристы, которые планируют в этом году отдохнуть в стране, должны позаботиться о путешествии заранее. Многие популярные отели уже стоят «на стопе». Пока говорить о нехватке мест для российского рынка преждевременно, но в разгар сезона не исключена такая ситуация. Сезон обещает быть активным и очень насыщенным. Если говорить о тарифах, то большинство отелей их не поднимает, но «топовые» средства размещения, конечно, могут позволить себе повысить цены и делают это.

ТОП-5 курортов Греции

- Крит
- Родос
- Корфу
- Халкидики
- Пелопоннес

Источник:
опрос туроператоров

Кносский дворец



Курорт Агиос Николаос на Крите



НОВЫЙ ВИЗОВЫЙ ЦЕНТР

В Москве открылся новый большой визовый центр Греции рядом со станцией метро «Тульская», который будет принимать и индивидуальных туристов, и туроператоров. При этом закрыты центры на Никитском бульваре и Волхонке. По словам посла Греции в России Андреаса Фриганаса, задача консульства Греции — обслуживать россиян как можно быстрее: «Наша цель — выдавать визы минимум за 24 часа, а максимум — за 48. Если турист был в Греции ранее, мы выдаем визы на год, два и более», — отметил он. У Греции 35 визовых центров в городах России — больше, чем у других стран Шенгенского соглашения.

4 евро

Максимальная сумма туристического налога (за ночь), который будет взиматься в Греции с 2018 года. Сумма налога будет зависеть от категории объекта размещения, минимум равен 0,25 евро за ночь. Налог будет удерживаться со всех путешественников, проживающих в лицензированных объектах размещения. Сбор будет взиматься с туристов только в пик сезона — в июле и августе.

человека в рамках турпакета в 2016 году составляла \$53, а в этом году выросла до \$60.

«Цены на отели в Греции выросли в пределах 5–7%, — рассказывают в компании «Натали Турс». — В этом сезоне заметно увеличилось количество спецпредложений, пролонгированы условия раннего бронирования, особенно на популярные отели. Поэтому в целом стоимость турпакетов осталась примерно на прошлогоднем уровне, а с учетом снижения курса евро цены получились еще более привлекательными».

Традиционно высоким спросом пользуются раскрученные пятизвездные отели таких известных сетей, как Sani, Aldemar, Grecotel. Также в этом году туроператор отмечает растущий интерес российских туристов к отдыху в апартаментах.

ДЕМПИНГА НЕ БУДЕТ

Несмотря на весь оптимизм, туроператоры не спешат значительно увеличивать полетные программы в Грецию. «Натали Турс» на этот сезон заявила чартерную программу на Крит и Родос. «Исходя из наших реалий, бронирования идут в соотношении 60/40 (чартер/регулярная перевозка)», — говорят в компании.

Чартерная программа ANEX Tour на остров Крит стартует с конца апреля. Из Москвы туроператор поставит по два рейса в неделю, еще по одному рейсу будет осуществляться из Санкт-Петербурга, Калининграда, Краснодара, Ростова-на-Дону, Самары, Екатеринбурга. С конца мая из Москвы борта Azur Air будут летать на Крит пять раз в неделю. На Родос объемы перевозки заявлены пока

более скромные — два рейса в неделю из Москвы с 27 апреля. Но при наличии спроса туроператор готов выделить резервные борта.

Туроператор «TUI Россия» запланировал полетную программу из Москвы на Крит с 30 апреля по 1 октября по четвергам и воскресеньям и на Родос с 1 июня по 24 сентября. «Также в этом году мы расширили «полетку» на Корфу, рейсы будут выполняться по понедельникам и пятницам», — комментирует Татьяна Круглова, PR-менеджер компании.

«Что касается перевозки, то мы увеличили свои объемы на

15%, — рассказывает Анатолий Гаркушин. — В летнем сезоне мы планируем летать в Ираклион, на Родос, Корфу, Пелопоннес. Туроператоры корректируют свои программы, поэтому с переизбытком провозных мощностей мы не столкнемся».

Александр Цандекиди подтверждает, что перевозка на направлении сбалансирована. «Жесткого демпинга мы не ожидаем, возможно, он будет локальным на отдельные даты», —

полагает он. С коллегой согласен Артур Мурадян, генеральный директор компании «Спейс Тревел». В этом году, по его словам, нет повода к демпинговым играм. Возможно, что-то будет «подгорать», но не массово.

По мнению Александра Цандекиди, большая часть перевозки будет чартерной. «Предстоящим летом будут востребованы курорты, которые традиционно пользуются популярностью у наших туристов. Лидирующую позицию занимает Крит, за ним следует полуостров Халкидики, далее Родос, Корфу, а замыкают топ Афины и Пелопоннес», — заключил эксперт. **TE**



Знаменитая бухта Навайо на острове Закинф

Найти свой остров

Греческие острова — самый щедрый подарок античных богов. И у каждого, даже нераскрученного, есть что предложить туристам.

ТЕКСТ НАТАЛЬЯ ЯКУБОВА



ПАТМОС, АРХИПЕЛАГ ДОДЕКАНЕС

Маленький городок Скала с белыми домиками с разноцветными ставнями и балконами встречает каждого, кто приезжает на Патмос. Греки называют его Эгейским Иерусалимом. В I веке на далекий остров римляне сослали евангелиста Иоанна Богослова. Здесь в пещере любимый ученик Христа написал самую загадочную книгу Нового завета — знаменитый Апокалипсис. Обычно туристы приезжают сюда без ночевки во время круиза, чтобы посетить Пещеру Апокалипсиса и походить на крепость монастыря Святого Иоанна. Поэтому Патмос — довольно тихое место, и это несмотря на то, что здесь около полусотни церквей, замечательные пляжи и один из лучших ресторанов архипелага — Venetos.

Как добраться: на пароме из Афин, с Родоса или Коса.



САМОС, АРХИПЕЛАГ ВОСТОЧНЫЕ СПОРАДЫ

Поросший соснами и оливами Самос — родина богини Геры и математика Пифагора. В честь знаменитого земляка жители острова, уже в наше время, переименовали столицу античного Самоса — Тигани — в Пифагонию. Рядом с ней находится самый впечатляющий памятник древности — акведук Эфиалинос длиной более километра, построенный в VI веке до н.э. Пляжи острова, расположенные в небольших бухтах, необычайно живописны. Еще одно несомненное достоинство острова — его мускатные вина — очень сладкие, с насыщенным ароматом фруктов.

Как добраться: на пароме из Афин, с Кикладских островов или Родоса; самолетом из Афин.



ЭГИНА, АРГОСАРОНИ- ЧЕСКИЙ ЗАЛИВ

Небольшой остров Эгина для жителей Афин — элитное дачное место и спасение от суеты большого города. Для туристов — прекрасная возможность совместить отдых на море с визитами в греческую столицу, до которой можно добраться менее чем за час. Как на любом из греческих островов, на Эгине есть все — мифы, древние святилища, византийские церкви, изящные виллы и глухие горные деревушки. Свидетели расцвета античной Эллады — прекрасно сохранившийся храм Афее на вершине горы и Палец Аполлона — 8-метровая колонна от древнего святилища Аполлона. Сразу за Пальцем можно обнаружить один из лучших пляжей острова, где прямо от берега в воду уходят остатки причала античного порта. Для любителей уединения — необитаемый островок Мони.

Как добраться: на пароме из Афин.



ПАРОС, КИКЛАДСКИЕ ОСТРОВА

Любителям песчаных пляжей, дикой природы и домиков в кикладском стиле стоит взять курс на Парос. Два его пляжа — Золотой и Новый Золотой — вполне оправдывают свои названия. Но не ценой близлежащих отелей, а в первую очередь цветом и чистотой песка. Море на Паросе мелкое, и поэтому остров идеально подходит для отдыха с детьми. Но в конце лета о тихой жизни придется забыть. В это время со всего света на Парос съезжаются поклонники виндсерфинга, чтобы разыграть очередной этап Кубка мира.

Как добраться: на пароме из Афин, с Крита или Кикладских островов; на самолете из Афин до Миконоса и далее на пароме.



ТИНОС, КИКЛАДСКИЕ ОСТРОВА

На пропахшем ладаном Тиносе более 800 церквей — по одной на каждые десять жителей острова. Самая известная из них — церковь Мегалосхари — стоит на месте, где была найдена древняя византийская икона Богородицы. Сам чудотворный образ почти не виден из-за множества подношений, ценнейшее из которых — серебряное апельсиновое дерево с золотыми листьями и плодами. 15 августа, когда Тинос становится центром празднования Дня Успения Богородицы, на острове яблоку негде упасть. В остальное время это спокойное место с недорогими отелями и великолепными рыбными тавернами. Одна из них — Agia-Talaso — входит в десятку лучших таверн Греции.

Как добраться: на пароме из Афин, с Крита или Кикладских островов; на самолете из Афин до Миконоса и далее на пароме.

Круизная панорама

В детстве все мечтали побывать в кругосветном путешествии, полетать на «ковре-самолете» или почувствовать себя пассажиром «Титаника». Сегодня все это — в том или ином виде — стало реальным.



И ЦЕЛОГО МИРА МАЛО

Компания Silversea начала продажу билетов на 132-дневное путешествие от Сан-Франциско до Лондона, которое состоится в 2019 году. Пребывая на лайнере Silver Whisper, туристы посетят 52 порта в 31 стране на пяти континентах. Стоимость путешествия колеблется от \$57,7 тысячи до \$194,3 тысячи на одного гостя. Этому путешествию дано название The Tale of Tales («Сказка сказок»), поскольку круиз предлагает уникальные возможности, например, двухдневное пребывание в Токио, путешествие вокруг Африки с ночевкой в Кейптауне, двое суток в Бордо с дегустационной программой по лучшим винодельням региона.



«КОВЕР-САМОЛЕТ» НА БОРТУ

Компания Royal Caribbean Cruises представила круизный лайнер Celebrity Edge с «ковром-самолетом» на борту. Magic Carpet — передвижная платформа, перемещающаяся по палубам судна. Как пишет «Лента.ру», крытая платформа на одной из палуб лайнера может использоваться как ресторан на 90 человек. На другой палубе «ковер-самолет» превращается в зону отдыха рядом с бассейном. Платформа также может выполнять роль своеобразного лифта — ее спускают на воду, а затем поднимают на борт с прибывшими пассажирами. Первый круиз Celebrity Edge запланирован на 16 декабря 2018 года.



КИТАЙСКИЙ «ТИТАНИК»

В китайской провинции Сычуань началось строительство сухопутного варианта атлантического лайнера «Титаник». Точная копия легендарного судна длиной 269 метров и шириной 28 метров судно станет аттракционом, посетители которого смогут почувствовать себя в роли пассажиров рейса 1912 года. По сути, лайнер превратят в гостиницу, повторяющую интерьер настоящего «Титаника». Ходят слухи, что туристам предложат симуляцию столкновения лайнера с айсбергом. Приблизительная стоимость строительства оценивается в \$145 млн, а завершится оно не раньше осени 2017 года.

«Фестиваль круизов» — 2017

В следующем году в Москве и Санкт-Петербурге в третий раз состоится «Фестиваль круизов», организованный ИД «Турбизнес» при поддержке Ростуризма. Профессиональные мероприятия пройдут в феврале. Этой весной фестиваль собрал 26 ведущих компаний,

представляющих все виды круизного туризма, включая речные, морские и океанские круизы, круизы на паромках, люксовые круизы на лайнерах и яхтах, круизы по рекам Европы, экспедиционные круизы. Фестиваль посетили более 450 профессионалов туризма, в его рам-

ках состоялись 22 мастер-класса, workshop, пресс-конференция, две панельные дискуссии.

Следить за информацией и читать свежие круизные новости можно на сайте www.festival-cruise.ru.



В путешествие — за эмоциями



Сергей, сколько лет вы водите машину?
 Уже не помню, но точно больше 20 лет. Я водитель со стажем. У нас с автомобилем очень тесные и хорошие отношения, он мой друг, я стараюсь относиться к нему бережно. Программу о взаимовыручке, желании протянуть руку ближнему я согласился вести сразу же. «Рыцари дорог» — это дорожные истории людей, оказавшихся на грани жизни и смерти. Очень многие, к сожалению, остаются равнодушными, когда кто-то попадает в беду, но есть и такие, кто готов сделать все, лишь бы помочь. Именно о них эта программа.

Сталкивались ли вы сами с проявлениями доброты и рыцарства на наших дорогах?

Да, одна из таких историй произошла лично со мной. Моя машина на скользкой дороге ушла в занос, и я врезался

в дерево. Несколько автомобилистов, проезжавших рядом, остановили свои машины, выбежали ко мне и оказали первую помощь. Возможно, благодаря этим людям я и остался жив, потому что ГИБДД и «скорая» ехали довольно долго. Безопасность при вождении крайне важна, но даже если что-то нехорошее случится, всегда найдутся люди, готовые прийти на помощь. Это доказывает и мой пример.

Случалось ли вам перебираться на большие расстояния автостопом?

Несколько раз, но это было довольно давно, и никаких примечательных воспоминаний об этом приключении у меня не осталось. Сам никогда не подбирал случайных попутчиков, хотя за границей часто арендую автомобиль.

Сейчас популярно путешествовать по Европе на автомобиле. Вы никогда не пробовали?

Да, это очень комфортно. Я часто провожу лето с семьей в Болгарии. Мы берем машину и колесим по окрестностям, близлежащим странам. Как-то проехали из Хорватии в Черногорию, Боснию и Герцеговину, заглянули в Албанию. Много ездили по Испании и Италии. Особенно прекрасна Тоскана из окон автомобиля — эти бесконечные плантации, виноградники, возвышенности и безумно красивые закаты в итальянских деревеньках очень вдохновляют.

Похоже, вы заядлые путешественники...
 Что может быть лучше путешествий? В молодости я видел только свой город и окрестности. Когда стал достаточно зарабатывать, выбирался в ближнее зарубежье — Литву, Латвию, Финляндию, Эстонию. Потом уже начал изучать Европу — Испанию, Италию, Португалию, Германию. Ну а как открыл для себя Болгарию, не удержался и купил там дом. Теперь это мое летнее пристанище.

А что для вас означает путешествие в плане ментальном? Меняетесь ли вы, преображаетесь ли, попадая в другое место мира?

Обязательно. Ничто другое не помогает так разгрузить голову, переключиться, получить вдохновение, как путешествие. Стараюсь заранее узнать как можно больше о стране, куда отправляюсь, но иногда наступает момент, когда не хочется ничего читать, загружать себя какими бы то ни было знаниями. Так тоже можно отдыхать, это позволяет «обнулиться».

Какие места произвели на вас особенное впечатление?

Говорят, что есть два величайших места силы на планете — это океан и пустыня. Совершенно с этим согласен. В Лиссабоне я долго стоял как замороженный и смотрел на Атлантический океан. Когда встречал рассвет в Сахаре, каждой клеточкой своего тела почувствовал единение с природой, с миром, с планетой. Любые проблемы в этот момент кажутся чудовищно пустыми. В таких местах понимаешь, как скоротечна и прекрасна жизнь. А еще я не устаю петь дифирамбы Болгарии и ее столице Софии. Это старый и очень красивый город. Тихий, спокойный, со своей атмосферой. Здесь можно прекрасно отдохнуть всей семьей или с компанией. В центре Софии расположен изумительный парк — Борисова Градина. Там очень зелено, чего не хватает летом в Петербурге. Кроны деревьев создают густую тень, спасая от жары, и огромное удовольствие часами лежать там на траве. Еще в Софии много музеев — Национальный исторический, Национальная художественная галерея, Музей современного искусства. Мы часто водим туда детей, так как я убежден, что художественный вкус и общий гуманитарный кругозор, который вырабатывается благодаря походам в музеи, отлично влияет на интеллект ребенка.



Другими словами, вы любитель и познавательного отдыха? Приезжаете в какое-нибудь историческое место, ходите по городу, любуетесь памятниками, заглядываете в музеи?

Это я обожаю. Особенно меня вдохновляет эпоха Возрождения. В каждой картине, скульптуре заложено столько смысла, столько штришков, которые можно и нужно разгадывать, что стоять у такого произведения можно часами. Музеи очень люблю, причем популярным и раскрученным типа Уффици или Лувра могу предпочесть камерные собрания в небольших городках. Там обычно нахожу массу интересных вещей, которые отражают жизнь какой-либо эпохи в своих красках, в мелких деталях.

На что вы обращаете внимание больше всего, осматривая достопримечательности?

Я стараюсь посмотреть на них со стороны, оценить масштаб, потом подойти и попытаться найти неувидимые с первого

взгляда подробности. Мне не важно, сколько веков этой статуе или картине, гораздо важнее, какой смысл она в себе несет, как заставляет меня сопереживать.

Насколько важен для вас во время путешествий комфорт, количество звезд в отеле или вы можете обитать и в спартанских условиях?

Комфорт важен, но это в путешествии не самое главное. Я не буду устраивать истерики, если в моем номере не каждый день меняют постельное белье или оставили сор на полу. Другое дело, что сейчас я путешествую с детьми и не могу допустить, чтобы они мылись в грязной душе или вытирались несвежим полотенцем. А сам способен вынести любые условия.

В интернете попадаются статьи с заголовками типа «Селин провел медовый месяц на Карибах в джунглях». Какие впечатления остались от этой поездки?

Потрясающий опыт! Инициатором поездки была моя жена, за что я ей бесконечно благодарен.

Мы своими глазами увидели настоящие джунгли, побывали среди дикой природы. Программа была очень насыщенной: мы гуляли, катались на лошадях, на яхте, пробовали экзотическую еду. Все было здорово, к тому же это было очень счастливым временем — наш медовый месяц.

Наверное, много плавали в маске, с ластами, с аквалангом?

Все это очень люблю. В маске частенько уплываю подальше. Это страшно интересно, морское дно напоминает мне фантастический музей. Акваланг тоже был в моей жизни, но всего пару раз на Красном море, которое тоже очень люблю. Там можно провести долгое время, занимаясь только дайвингом. Однажды я достал какую-то диковинную звезду, она до сих пор украшает стену в нашей прихожей.

А как насчет гор?

Однажды мы провели незабываемые каникулы на Тенерифе с Лешей Ниловым и нашими семьями. Очень хорошо отдохнули, горный воздух всегда хочется забрать с собой в баллоне.

Многих людей во время поездок за границу очень занимает шопинг. Вы исключение из этого правила?

Шопинг меня вообще не интересует. Я еду в путешествие в первую очередь за эмоциями, впечатлениями, знаниями. Если моей жене или детям понравится что-то до упоминания, я, конечно, куплю, но специально выделять время на шопинг точно не буду. **PE**

Беседовал Александр Славущий

TM МОСКОВСКИЙ ТЕАТР МЮЗИКЛА

3-18 июня

ПРЕСТУПЛЕНИЕ И НАКАЗАНИЕ

РОК-ОПЕРА

ПО РОМАНУ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО

режиссер-постановщик

АНДРЕЙ КОНЧАЛОВСКИЙ

композитор

стихи

ЗДУАРД АРТЕМЬЕВ ЮРИЙ РЯШЕНЦЕВ

МОСКОВСКИЙ ТЕАТР МЮЗИКЛА

АКТИВНО СОТРУДНИЧАЕТ С ТУРИСТИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ, КОТОРЫМ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ **ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ** покупки билетов:

- специальные цены и скидки;
- приоритетное бронирование мест;
- пригласительные билеты для сопровождающих групп от 20 человек;
- возможность организации экскурсий за кулисы театра;
- бесплатные рекламные материалы.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

ТЕАТРА ПОЗВОЛЯЮТ ПРОВЕСТИ **КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ЛЮБОГО УРОВНЯ СЛОЖНОСТИ** или **ЦЕЛЕВОЙ СПЕКТАКЛЬ** для вашей компании.

В вашем распоряжении:

- современный зрительный зал на 1200 мест;
- вместительная парковка на 200 машиномест;
- просторные фойе и гардеробы;
- современное техническое оснащение;
- транспортная доступность (7 минут пешком от м. Багратионовская, выезд на ТТК и Кутузовский проспект);
- бесплатные маршрутные такси до 7 станций метро после спектакля;
- три отдельных банкетных зоны на 60, 250, 450 человек, общая фуршетная зона на 1200 человек, составление индивидуального меню.

Подробности по телефону: 8 (495) 797 63 00, доб. 121
Любовь Фомина

Генеральный партнер



ГАЗПРОМБАНК



НОВАТЭК

АБСОЛЮТ



МОСКОВСКИЙ
МУЗЫКАЛЬНЫЙ ТЕАТР

16+

(495) 797 63 00 ■ WWW.МЮЗИКЛ.РФ

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

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2017

16 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинарование
до 15 июня 2017 г.

Церемония награждения
5 октября 2017 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

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



УЧРЕДИТЕЛИ



ТОРГОВО-
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА РФ

BUSINESS TRAVEL
ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ

conference.ru

ОРГАНИЗАТОР

to events
ТУРБИЗНЕС

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



ФЕДЕРАЛЬНОЕ
АГЕНТСТВО
ПО ТУРИЗМУ

СТРАХОВОЙ ПАРТНЕР

ИНГОССТРАХ
Ingostrakh 7