

# Турбизнес

Travel Trade Russia

WWW.TOURBUS.RU

# 2020

РЫНОК ЧЕРЕЗ ПЯТЬ ЛЕТ:  
ИГРА НА ВЫБЫВАНИЕ

**СЕРБИЯ**  
[www.balkani-tur.ru](http://www.balkani-tur.ru)  
туроператор 7-ТУР



# anextour

РОССИЯ

УКРАИНА

КАЗАХСТАН

16 СТРАН / 27 ГОРОДОВ ПРИЛЕТОВ

5 СОБСТВЕННЫХ  
ПРИНИМАЮЩИХ  
КОМПАНИЙ  
(Турция, Египет, Испания,  
Вьетнам, Таиланд)

14 САМОЛЕТОВ

БОЛЕЕ 5000  
СОТРУДНИКОВ

42 ГОРОДА ВЫЛЕТОВ  
350 ТОЧЕК ПРОДАЖ  
22000 ПАРТНЕРЫ ОФИСОВ ПРОДАЖ

СОВРЕМЕННЫЙ  
ТРАНСФЕРНЫЙ ПАРК  
БОЛЕЕ 700  
ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

БОЛЕЕ 3000  
ОТЕЛЕЙ-  
ПАРТНЕРОВ



ТУРЦИЯ • ЕГИПЕТ • ТАИЛАНД • ИСПАНИЯ • БОЛГАРИЯ • ЧЕХИЯ • ГРЕЦИЯ • ДОМИНИКАНА  
ИНДИЯ • МАРОККО • АНДОРРА • ОАЭ • ВЬЕТНАМ • МЕКСИКА • РОССИЯ • КАМБОДЖА

☎ 8-800-77-55-000

[anextour.com](http://anextour.com)

М О Р Е С О Л Н Ц А К Р У Г Л Ы Й Г О Д

# anextour

**ЗИМНИЙ  
ОТДЫХ  
2015-2016**

**АНДОРРА - СОЧИ  
БОЛГАРИЯ**

☎ 8-800-77-55-000

[anextour.com](http://anextour.com)

 atg  
anex tourism group

М О Р Е   С О Л Н Ц А   К Р У Г Л Ы Й   Г О Д

# anextour



## ЛЕТНИЕ НАПРАВЛЕНИЯ 2015-2016

ТУРЦИЯ • ЕГИПЕТ • ТАИЛАНД  
ИСПАНИЯ • БОЛГАРИЯ • ЧЕХИЯ  
ГРЕЦИЯ • ДОМИНИКАНА • ОАЭ  
ИНДИЯ • МАРОККО • ВЬЕТНАМ  
МЕКСИКА • РОССИЯ • КАМБОДЖА

☎ 8-800-77-55-000

[anextour.com](http://anextour.com)

 atg  
anex tourism group

# «АРТ-ТУР» представляет ДУБАЙ



## ВСТРЕЧАЕМ НАЧАЛО СЕЗОНА!

Пять лучших предложений от отелей в сентябре-октябре:

**Jumeirah Zabeel  
Saray 5\*deluxe –  
от 111 900 руб.**

+ дети до 16 лет  
проживают  
бесплатно!

**Atlantis The Palm,  
Dubai 5\*deluxe –  
от 131 900 руб.**

+ полупансион в подарок,  
дети до 15 лет проживают  
бесплатно!

**Waldorf Astoria Dubai  
Palm Jumeirah 5\* –  
от 132 900 руб.**

+ полупансион в подарок,  
дети до 12 лет проживают  
бесплатно!

**Madinat  
Jumeirah 5\*deluxe –  
от 161 900 руб.**

+ специальные  
цены на  
проживание

**Jumeirah Beach  
Hotel 5\*deluxe –  
от 187 900 руб.**

+ полупансион в подарок,  
дети до 11 лет проживают  
бесплатно!

В стоимость входит проживание на 7 ночей за человека с перелётом, питанием, страховкой.

**АРТ ТУР**  
Туроператор с 1992 года

ЗВОНИТЕ И БРОНИРУЙТЕ!  
(495) 980 21 21  
[www.arttour.ru](http://www.arttour.ru)

**ДУБАЙ**



Испания  
Ты мне нужна



Пройдите обучение  
и станьте специалистом  
по Испании!



T6 academy

## 15 сентября открыта онлайн-академия Испании

Отдел Туризма Посольства Испании в Москве и Издательский дом «Турбизнес» объявляют об открытии проекта «Испания. Академия-онлайн».

- Академия ориентирована на профессионалов туристической индустрии. Ее основная цель — помочь вам лучше узнать Испанию, раскрыть ее разнообразные туристические возможности и предложения, города, курорты, регионы, а также расширить и проверить свои познания об уже знакомых направлениях.
- Программа Академии построена таким образом, чтобы вам было интересно изучать материал и легко в нем ориентироваться, находить нужную информацию. Быстро проверять свои знания и двигаться вперед. И все это на компьютере, за своим рабочим столом или на планшете в любом месте!
- Все менеджеры агентств, которые успешно пройдут обучение, смогут самостоятельно распечатать сертификат «Дипломированного турагента по Испании».

Зарегистрироваться и пройти обучение:  
[www.spain-e-learning.ru](http://www.spain-e-learning.ru)

Главный редактор Софья Константинова  
s.konstantinova@tourbus.ru

Арт-директор Анастасия Боброва

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян  
Константин Исааков  
Светлана Коновалова  
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  
ИД «Турбизнес» Иван Калашников  
i.kalashnikov@tourbus.ru

Исполнительный директор  
Ольга Мальцева  
o.maltseva@tourbus.ru

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

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

Менеджер отдела  
рекламы Анастасия Пшеничная  
reclama@tourbus.ru

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

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

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

Сайт [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)

Михаил Шугаев  
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»  
Лариса Мартынова

## BUSINESS TRAVEL

КОМПАНИЯ

Главный редактор Александра Загер  
a.zager@tourbus.ru

## Destinations

ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов  
a.porov@tourbus.ru

## Пятьзвезд

Главный редактор Элеонора Арефьева  
e.arefyeva@tourbus.ru

## Турбизнес

на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова  
tourbus@westcall.net

© ООО ИД «Турбизнес»

## В НОМЕРЕ

### 4 СОБЫТИЯ

- В РЖД – большие перемены
- Биометрия уже сегодня
- Валютное дежавю
- Вместо СРО – реестр?
- Идут в наступление
- С новым фондом

### 8 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК. РОССИЯ

### 10 АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

### 14 ТЕМА НОМЕРА

ТУРИЗМ-2020: ЭТЮД В ПОЛУТОНАХ  
КАК ИЗМЕНИТСЯ РОССИЙСКАЯ ТУРИНДУСТРИЯ  
В БЛИЖАЙШИЕ ПЯТЬ ЛЕТ

### 20 ДИСКУССИОННАЯ ДУЭЛЬ

Динамическая цена: яблоко раздора

### 24 ПРОФЕССИОНАЛ

Островок, претендующий на материк

### ТРАНСПОРТ

26 Korean Air: четверть века в небе России

28 Много шума из овербукинга

32 И роскошь, и средство передвижения

33 Национальные крылья Фиджи

### ТЕХНОЛОГИИ

34 Два мира – одна система

36 В ногу со временем

38 Есть такая работа...

### 40 ГОСТИНИЦЫ

Попутный ветер перемен

### 42 РЕГИОНЫ РОССИИ

Соль земли русской

### РЫНКИ

Испания

46 Горные склоны с видом  
на Африку

Мальта

48 Часы, показывающие  
Средневековые

Турция

50 За лечением – в Измир

Грузия

52 Колыбель цивилизации  
Таиланд

54 Другая экзотика

Индонезия

58 Осень будет яркой

Малайзия

60 Секреты притяжения

### VIP-КЛИЕНТ

63 Теона Дольникова:  
«Путешествия меня  
вдохновляют»



## «Трансаэро» взяли под крыло

Первый день осени стало известно, что «Аэрофлот» приобретет 75% и еще одну акцию второй по величине авиакомпании страны — «Трансаэро». Это решение было принято на заседании межведомственной комиссии правительства.

СМИ сообщали, что сумма сделки составит символический один рубль, но в «Трансаэро» заявили, что «вопрос конкретной оценки и стоимости бизнеса авиакомпании на заседании не рассматривался». Руководство авиакомпании также не было инициатором консолидации с группой «Аэрофлот».

Передача «Трансаэро» будет происходить постепенно — в течение года. Как заявили в пресс-службе «Аэрофлота», деятельность «Трансаэро» будет реструктурирована, однако не пояснили, как именно.

Перед продажей своему конкуренту «Трансаэро» произвела кадровые перестановки. Генеральным директором компании был назначен Дмитрий Ерзакович, а Ольга Плешакова была избрана председателем совета директоров.

«Трансаэро» испытывает серьезные финансовые сложности с прошлого лета. По состо-



янию на конец марта текущего года, чистый долг авиакомпании составлял 67,6 млрд рублей. Сделка с «Аэрофлотом» позволила избежать «непредсказуемого ухода»

«Трансаэро» с рынка, — говорят эксперты. Однако, по их словам, консолидация двух крупнейших перевозчиков неизбежно приведет к росту цен на авиабилеты.



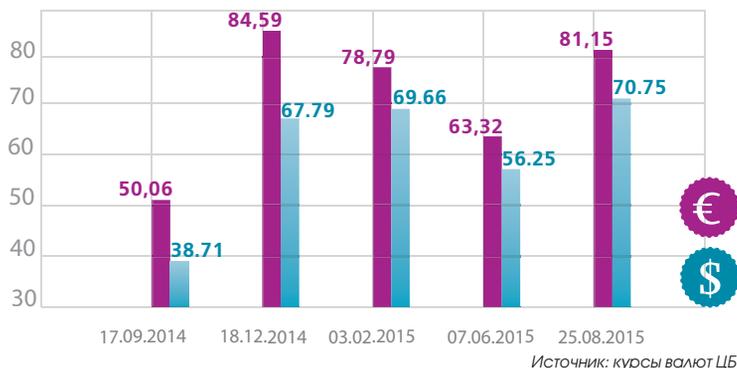
### ЦИТАТА МЕСЯЦА

«Туристическая отрасль в мире уверенно развивается, а ее доля в национальных экономиках растет. Закономерно, что идет жесткая конкурентная борьба за туристические потоки, за то, чтобы привлечь зарубежных гостей и при этом сделать так, чтобы собственные граждане предпочитали отдыхать в своей стране... Отдыхать в России должно быть комфортно, интересно и выгодно».

ПРЕЗИДЕНТ РОССИИ ВЛАДИМИР ПУТИН

## Валютное дежавю

В конце августа курс рубля вслед за ценами на нефть возобновил свое падение. Так, 25 августа курс евро поднялся выше 81 рубля, курс доллара — выше 70 рублей. Валютные колебания привели к падению туристического спроса (по данным некоторых туроператоров, спад составил от 30 до 50%) и даже к отказу клиентов от частично оплаченных ранее путевок. Некоторые крупные игроки в связи со снижением покупательской активности решили досрочно завершить свои региональные полетные программы. В частности, «Пегас Туристик» сократил чартерную цепочку в Анталию из Барнаула.



## В РЖД — большие перемены



Владимир Якунин, возглавлявший ОАО «РЖД» с 2005 года, оставил свой пост и перешел на работу в Совет Федерации. Его место занял первый заместитель министра транспорта РФ Олег Белозеров (на фото), курировавший ранее финансовый блок корпорации.

Олег Белозеров — выходец из Санкт-Петербурга, переехал в Москву в 2000-х годах. В 2004 году он перешел на работу в Росавтодор, где сначала был заместителем руководителя, а потом в течение пяти лет возглавлял агентство. В Минтранс он был назначен в марте 2009 года заместителем министра, а пост первого замминистра получил в мае этого года.

Эксперты сомневаются, что смена власти в РЖД повлияет на взаимоотношения корпорации с отечественным турбизнесом. «Федеральная пассажирская компания за год перевозит порядка 50–60 млн человек (на дальних направлениях), туристов в этом объеме не более 1%. Конечно, этого недостаточно для того, чтобы РЖД воспринимало турбизнес серьезно», — считает генеральный директор компании «Дельфин» Сергей Ромашкин.

## Visit Russia в Хельсинки...

В середине июля в Хельсинки состоялась официальная церемония открытия национального туристического офиса Visit Russia, созданного на базе представительства круизной компании St. Peter Line. «Мы абсолютно уверены в грандиозном успехе этого проекта», — заявила заместитель министра культуры РФ Алла Манилова. В мероприятии также приняли участие заместитель руководителя Ростуризма Сергей Корнеев (слева) и генеральный директор St. Peter Line Сергей Котенев.



## ...и в Берлине

С сентября в Германии начинает свою полноценную работу российский туристический офис Visit Russia. Он расположился в одном из самых престижных мест немецкой столицы — на Лейпцигской площади. Возглавила представительство Мария Пушкарева. Она приехала в Германию в 2004 году. Училась на факультете экономических наук по специальности туризм в университете саксонского города Гёрлиц. Получила степень магистра. Работала в туристическом объединении «Найселанд», затем директором туристической ассоциации «Саксонская долина Эльбы», позднее менеджером по развитию немецкого направления в Северо-Восточной Европе в головном офисе Национального туристического комитета Германии во Франкфурте.



## Вышли в свет

В рамках проекта Destinations ИД «Турбизнес» традиционно представил тематический выпуск «Технологии», посвященный эволюции российского рынка онлайн-туризма. В нем рассказывается о последних тенденциях в этом сегменте, динамическом пакетировании, трэвел-стартапах и многом другом. Также свет увидел журнал «Лечение в Саксонии», рассказывающий о лучших медучреждениях и оздоровительных курортах этого региона Германии.

Узнать больше о Германии и ее туристических возможностях можно на сайте онлайн-академии «Штутгарт и Федеральная земля Баден-Вюртемберг»: [www.stuttgart-swgermany.ru](http://www.stuttgart-swgermany.ru). Все сотрудники турфирм, которые успешно пройдут обучение, станут обладателем сертификата «Дипломированный турагент по Штутгарту и Баден-Вюртембергу» и получат шанс выиграть путешествие в этот удивительный немецкий регион.



### ТРАДИЦИИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ЛЕЧЕНИЯ С КОМПАНИЕЙ ЗАО СКО ФНПР «ПРОФКУРОРТ»

ПРИГЛАШАЯ К СОТРУДНИЧЕСТВУ, МЫ ПРЕДЛАГАЕМ  
ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПУТЕВОК:

Заключая один договор с нами, Вы получаете:

- более 150 здравниц по всей России
- доступ к on-line бронированию
- гарантированные места в здравницах на выгодных условиях
- информацию о наличии свободных мест в режиме реального времени
- мгновенное подтверждение заказа
- достойное агентское вознаграждение
- скидки и бонусы

[WWW.PROFKURORT.RU](http://WWW.PROFKURORT.RU)

115035 МОСКВА, УЛ. БОЛОТНАЯ, Д. 1В | ТЕЛ./ФАКС: +7 (495) 644 23 28

E-MAIL: [PROFKURORT@PROFKURORT.RU](mailto:PROFKURORT@PROFKURORT.RU)

## С НОВЫМ ФОНДОМ

В начале августа начал работу компенсационный фонд Альянса туристических агентств. Он формируется из взносов независимых и сетевых агентств, вошедших в состав АТА, и будет пополняться, пока его средства не достигнут необходимого объема.

Средства фонда будут направляться на выплаты туристам, пострадавшим от работы

турагентов, не выполнивших свои обязательства по договорам о реализации турпродукта. Также туристы получают компенсации, если будут выявлены нарушения в предоставлении других агентских услуг, таких как подбор тура, экскурсий, оформление страховых полисов, визовых документов и так далее. В АТА рассчитывают, что компенсационный фонд станет эффективным инструментом, способным

защитить каждого туриста, обратившегося в агентство Альянса, и полностью возместить возможный ущерб.

Отметим, что не так давно у АТА появился новый партнер. Им стала сеть пятизвездочных отелей Crystal Hotels Resort & Spa, входящая в крупный международный холдинг Kilit Global Tourism и включающая 14 отелей в Кемере, Белеке, Сиде и Бодруме.



Альянс  
Туристических  
Агентств



## Вместо СРО — реестр?

В Ялте 17 августа на заседании президиума Госсовета по вопросу развития туризма в России президент Владимир Путин поддержал идею Ростуризма создать реестр турагентств. По его мнению, это поможет обеспечить прозрачность рынка, а также задаст высокие профессиональные требования и корпоративные стандарты внутри туристической отрасли.

После заявления президента о своей готовности вести реестр турагентств заявила АТОР, однако глава Ростуризма Олег Сафонов выступил за то, чтобы он создавался на базе ассоциации «Турпомощь». По словам главы объединения Александра Осауленко, работа по формированию реестра уже началась.

Ростуризм, РСТ и Союз туристических агентств, выступающие против введения на рынке саморегулируемой организации, считают реестр эффективной альтернативой СРО. Ранее в СМИ появилась информация, что положения о СРО в туристическом бизнесе в новый законопроект включены не будут. Однако в Альянсе туристических агентств эту информацию опровергли. Кстати, на сайте АТА уже более года функционирует свой реестр турагентств.

## Биометрия уже сегодня Турция поможет

С 14 сентября россияне в обязательном порядке должны будут сдавать отпечатки пальцев при получении виз в страны Шенгенского соглашения. После получения биометрической визы туристы смогут в течение пяти лет ездить в любые страны шенгенской зоны.

«Внедрение Визовой информационной системы (ВИС) не имеет никакого отношения к политике. Россияне только выиграют от системы, потому что она облегчает получение шенгенских виз постоянным, добросовестным путешественникам, позволяет более эффективно обрабатывать заявления на визу и защищает путешественников от кражи персональных данных», — заявил глава представительства Евросоюза в России Вигаудас Ушацкас.

Визы нового образца будут выдавать 350 визовых центров и 60 генеральных консульств, работающих в России. Эксперты рынка считают, что из-за биометрии шенген может стать недоступным для жителей многих районов нашей большой страны. Пресс-секретарь РСТ Ирина Тюрина прогнозирует, что нововведение может привести к 30%-ному сокращению турпотока в Европу.

Министерство культуры и туризма Турции приняло решение возобновить субсидирование чартерных перелетов из России.

С 15 сентября по 30 ноября российским туроператорам будет выплачиваться по \$6 тысяч за каждый чартерный рейс. В ведомстве рассчитывают, что это позволит удержать сокращение турпотока из России по итогам 2015 года в рамках 10%. Подобная мера уже вводилась с 1 апреля по 31 мая. По статистике министерства, с января по июнь этого года Турцию посетило 1,45 млн наших сограждан, что на 24,3% меньше, чем за аналогичный период 2014 года.



## Идут в наступление

**В** конце июля туроператор «Натали Турс» объявил о выходе на индийское направление. Среди предложений компании — туры с отдыхом в штатах Керала и Гоа, а также комбинированная программа «Золотой треугольник» (Дели, Джайпур и Агра) + Гоа. Полетная программа «Натали Турс» строится на регулярных рейсах авиакомпаний Flydubai, Air India, Emirates и Etihad. Это направление стало одиннадцатым, открытым туроператором с начала 2015 года.



По оценке президента «Натали Турс» Владимира Воробьева, этим летом турпоток компании снизился «не катастрофично и прогнозируемо» — на 30%. Лидерами сезона стали Испания, ОАЭ и Италия. Планы на зиму — нарастить объемы продаж не менее чем на 50% по отношению к прошлому году. «Большие надежды связываем с Египтом. Будем также наращивать ОАЭ и Шри-Ланку. Ставку делаем на «экзотику» — Мальдивы, Сейшелы, Бали, Индию», — рассказал он.

## У Alpha Travel проблемы?

**В** конце июля стало известно о том, что ведущая немецкая компания по приему российских туристов Alpha Travel Consultants испытывает финансовые трудности. В связи «с общеизвестными кризисными явлениями на рынке» туроператор инициировал предварительную процедуру несостоятельности, но подчеркивает, что она не означает банкротство. «Мы работаем в прежнем режиме и продолжаем оказывать весь спектр туристических услуг. Однако, согласно условиям кризисного управления, временно можем не подтверждать заказы с заездами после 30 сентября 2015 года», — прокомментировали в компании.

Пресс-секретарь РСТ Ирина Тюрина порекомендовала российским турфирмам, работающим на немецком направлении, пока воздержаться от сотрудничества с Alpha Travel Consultants. Генеральный директор компании «Чайка-тур» Александр Турченко, в свою очередь, уверен — серьезных причин для беспокойства у российских партнеров Alpha Travel нет, и компания сможет преодолеть все трудности.



## TUI приготвили сани летом

**В** разгар лета туроператор «TUI Россия» объявил о выходе на рынок внутреннего туризма. Компания совместно с правительством Вологодской области подписала соглашение о стратегическом партнерстве в рамках туристического маршрута «Серебряное ожерелье России». Проект охватывает 11 регионов Северо-Западного округа. От Вологодской области в него входят Вологда, Череповец, Вытегра, Устюжна, Кириллов, Белозерск, Тотма и Великий Устюг, который

и станет отправной точкой сотрудничества между TUI и регионом.

Зимние туры на родину Деда Мороза будут участвовать в акции «Раннее бронирование». Также будет организована кампания по продвижению нового турпродукта. В будущем туроператор предложит россиянам больше вариантов отдыха в Вологодской области, а в перспективе — расширит свою продуктовую линейку за счет новых внутрироссийских направлений.

## В дружбу и в службу

**Т**уроператор TEZ Tour в рамках продолжения многолетнего сотрудничества с «Сетью магазинов горящих путевок» начал работать через Единый расчетный центр дилера. По мнению обеих компаний, новые технологические решения позволяют увеличить продажи.

При этом генеральный директор TEZ Tour Владимир Каганер подчеркнул, что заключенное соглашение «о более тесном сотрудничестве» с МГП вовсе не означает, что розничная сеть становится привилегированным или

эксклюзивным дилером TEZ Tour. «Мы работаем ровно со всем рынком. На независимые агентства приходится как раз больший объем наших продаж, несмотря на то что мы сотрудничаем со всеми сетевыми образованиями и у нас есть сеть своих уполномоченных агентств», — заявил он.

Ранее «Сеть магазинов горящих путевок» заключила «соглашение о стратегическом партнерстве» с туроператором «Библио-Глобус», но, по мнению экспертов, этот союз не изменил расклад сил на рынке.



## В ФОКУСЕ

### По ленинским местам

В конце июля в Санкт-Петербурге состоялся российско-китайский форум, основной темой которого стало продвижение межрегионального туристического маршрута «Красный маршрут». В мероприятии приняли участие заместитель министра культуры РФ

Алла Манилова, члены Совета Федерации, руководство Российского союза туриндустрии, органов исполнительной власти в сфере культуры и туризма субъектов РФ, представители Посольства Китайской Народной Республики в России и Генерального консульства Китайской Народной Республики в Санкт-Петербурге.

«Красный маршрут» не только подогревает интерес к России, он способен стать мощным катализатором этого интереса, — заявила Алла Манилова. — Мы приложим все усилия для того, чтобы китайские туристы, приезжая в Россию посетить ленинские места, заинтересовались нашей историей, культурой в более широком смысле. Параллельно мы будем рассказывать им о других крупных межрегиональных маршрутах, о наших малых городах и духовном наследии».

В ходе мероприятия состоялось подписание ряда соглашений, а также ежегодное заседание президиумов Координационного совета по культуре и Координационного совета по туризму при Минкультуры России.



## ХРОНИКА

### Большой интерес

За первое полугодие 2015 года по сравнению с аналогичным периодом 2014 года количество туристов, путешествующих по маршруту «Русские усадьбы», увеличилось на 39%. В 2014 году оно составляло 1,225 млн человек, а в 2015 году — уже 1,71 млн. Об этом сообщили в Департаменте туризма и региональной политики Минкультуры России.

Рост популярности маршрута связан с интересом к проекту турбизнеса, спросом со стороны иностранных туристов, а также с его широкой информационной поддержкой. Кроме того, важным подспорьем стала методическая и финансовая помощь Минкультуры России в восстановлении ряда усадеб в Тамбовской, Орловской, Московской, Тульской и других областях.

В департаменте отметили, что если говорить в целом о Центральном федеральном округе, то по итогам первого полугодия 2015 года был зафиксирован существенный рост спроса на внутренний туристский продукт. Помимо «Русских усадеб», особой популярностью пользуются «Маршруты Победы», «Узоры России», «Великая Волга». Также увеличилось количество туристов на военно-исторических маршрутах.

## ПРОЕКТ

### Движение продолжается

В связи с успешным проведением I Всероссийского конкурса вело- и пешеходных маршрутов, Минкультуры России приняло решение сделать его ежегодным. Об этом рассказала директор Департамента туризма и региональной политики ведомства Ольга Ярилова.

«Идея посадить россиян на велосипеды родилась в процессе решения других, более глобальных, задач: в ходе разработки мер, направленных на развитие въездного и внутреннего туризма, на популяризацию и упрощение доступа к памятникам культуры. Велотуризм — универсальное решение», — прокомментировала она.



Заявки на участие во II Всероссийском конкурсе проектов по организации вело- и пешеходных маршрутов принимались до 1 августа. Победители получают финансовую и информационную поддержку федерального ведомства.

Напомним, победителями прошлого года конкурса стали проекты шести субъектов — Кемеровской и Калужской областей, а также республик Карелия, Татарстан, Адыгея и Крым. Каждый из проектов по-своему уникален и направлен на популяризацию исторического и культурного наследия России.

#### КОНТАКТЫ:

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

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



# Mitt



23-я Московская международная выставка  
**ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ**

**23–26 марта 2016**

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

[www.mitt.ru](http://www.mitt.ru)



**Весь мир. Одна выставка.**

Организатор



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

Официальная поддержка



Министерство культуры РФ



Федеральное агентство по туризму



Правительство Москвы



Российский Союз Туриндустрии



АТОР



Альянс Туристических Агентств

# Связанные одной целью

Нередко приходится слышать, что развитие туризма в нашей стране возможно лишь при симбиозе власти и бизнеса. Принцип государственно-частного партнерства в этом отношении универсальный и наиболее действенный инструмент, позволяющий добиваться максимальных результатов — уверен заместитель руководителя Ростуризма СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ. В интервью «ТБ» он рассказал о новой маркетинговой политике ведомства, цель которой — сформировать моду на путешествия по России.



**С**ергей Евгеньевич, какие проекты вы курируете в Ростуризме? Насколько мне известно, некоторые из них вы начинали, будучи главой Департамента туризма и региональной политики Минкультуры России.

Действительно, это последовательная и взаимосвязанная история. В 2012 году, когда туротрасль передавалась в ведение Минкультуры, перед нашей командой стояло множество серьезных задач. Тогда было опубликовано Поручение Президента Российской Федерации, в котором говорилось о важности развития детского и юношеского туризма, а также о необходимости разработать общероссийскую систему навигации и ориентирующей информации для туристов, создать туристские информационные центры, национальный туристический интернет-портал. Этим мы сейчас и продолжаем заниматься, стремясь выполнить основную цель Поручения — придать российскому туризму современное лицо, «срастить» туристов, регионы и турбизнес. Также нашей задачей является продвижение «глобальных» брендовых туристических маршрутов «Серебряное ожерелье», «Великий шелковый путь», «Русские усадьбы», разрабатываемых Минкультуры.

Сегодня наши граждане готовы отдыхать в России, и это обусловлено не только экономическими причинами. Внутренний туризм рос и раньше, но именно сейчас, как говорится, момент пришел. Мы видим высокий интерес к путешествиям по нашей стране, но при этом большинство людей не знают, куда поехать и зачем, какой есть выбор вариантов — по регионам, интересам, событиям и так далее. Перед новогодними каникулами я лично провел небольшой соцопрос, который подтвердил этот факт.

В нашем сознании уже сформированы некие образы: мы ясно представляем, как провести отпуск в Италии или Турции, знаем, что в России есть такие удивительные места, как Байкал, Алтай, Камчатка, Бурятия, Карелия, но отсутствует четкое понимание, чем там можно заниматься неделю или две. Необходимо сформировать это понимание, а также выстроить туристические маршруты и программы, обеспечив их соответствующей информационной поддержкой.

Поэтому сейчас задача нашего ведомства — продолжить начатое, объединить туристов, бизнес, регионы, ТИЦы в единый информационный поток, отвечающий на вопросы и туристов и предприятий сферы туризма. В зоне моей ответственности — продвижение России, туристских возможностей регионов нашей страны на внутреннем и внешнем рынках, международная деятельность, а также деятельность нормативно-правового управления.

**Как будет строиться работа по превращению России в привлекательное туристическое направление?**

Нами был разработан большой проект — «Время отдыхать в России/ Visit Russia». По сути это новая маркетинговая политика Ростуризма, туризма в целом, которая строится на базе государственно-частного партнерства.

До декабря этого года мы планируем запустить национальный туристический портал Russia.travel. Весь необходимый контент будут предоставлять муниципальные и региональные администрации, ТИЦы, объекты показа, то есть первоисточники, затем данные будут систематизироваться, обрабатываться, проверяться. Важность такого портала очевидна: это создание «единого и достоверного окна» для получения туристической информации о России. В отличие от других сайтов о путешествиях, Russia.travel — это официальный ресурс, с печатью «под контролем Ростуризма». На базе ФГУП «Национальная корпорация развития туризма» была создана серьезная группа — редакция портала — во главе с одним из лучших специалистов в области Travel media Юрием Щегольковым.

Также в тесном партнерстве с регионами мы запускаем пробную межрегиональную кампанию наружной имиджевой рекламы. Задача — рассказать нашим соотечественникам о существующих туристических брендах, маршрутах и регионах России, привлечь внимание, сформировать интерес. Проект охватит 15 городов, среди которых Москва, Санкт-Петербург, Белгород, Калининград, Казань, Краснодар, Нижний Новгород, Красноярск, Ростов-на-Дону, Хабаровск и другие. Я считаю неправильным, что мы видим наружную рекламу Турции, но не видим рекламу, например, «Серебряного ожерелья».

**ОФИСЫ VISIT RUSSIA**



Одним из важных элементов нашей маркетинговой политики является развитие «Национального календаря событий». Это не просто информационный ресурс. По сути это инструмент мягкого управления, помогающий регионам правильно планировать событийные мероприятия. В дальнейшем нами также запланировано открытие флагманских партнерских туристско-информационных офисов на федеральных транспортных хабах, создание виртуального турафиса и многое другое.

Всю координационную работу по продвижению будет осуществлять ФГУП «Время отдыхать в России/ Visit Russia» — национальный маркетинговый центр, по сути — федеральный ТИЦ. Центр также будет контролировать и координировать работу туристических офисов России за рубежом.

**Какими полномочиями обладает ФГУП «Время отдыхать в России/ Visit Russia»? Какие конкретно функции будет выполнять центр?**

ФГУП — это государственное учреждение, которое имеет право заключать договоры, аккумулировать средства, работать с ТИЦами, регионами и бизнесом. В данный момент мы создаем команду Visit Russia, заключаем соглашения о сотрудничестве со стратегическими партнерами. ФГУП как центральный офис будет осуществлять координацию деятельности ТИЦев и турафисов Visit Russia за рубежом, а также способствовать выстраиванию отношений между ними. Например, совсем недавно открылся первый офис Visit Russia в Хельсинки, работающий на весь регион Скандинавии, Балтийского моря в целом, а это интересно Татарстану, так как из Казани в финскую столицу трижды в неделю летает авиакомпания Finnair.

Национальные туристские офисы Visit Russia за рубежом будут работать в сегменте B2B: взаимодействовать с турфирмами, МСЭ-компаниями, СМИ в этих странах и регионах. Эффективность их работы будет оцениваться по количеству налаженных бизнес-кон-

Сегодня наши граждане готовы отдыхать в России, и это обусловлено не только экономическими причинами. Внутренний туризм рос и раньше, но именно сейчас, как говорится, момент пришел



Открытие офиса Visit Russia в Хельсинки

тактов, проведенных презентаций и роуд-шоу, публикаций и так далее. Вся эта информация будет поступать в головной офис, который будет готовить финальные отчеты, обрабатывать запросы и многое другое.

Турофисы Visit Russia — это партнерский проект, финансовое участие Ростуризма здесь минимально. Мы даем представительствам лишь частичное госзадание, например, провести семь пресс-туров, а они, в свою очередь, обязуются организовать вдвое больше. Для этого им необходимо активно взаимодействовать с регионами, турфирмами, объектами размещения, транспортными и другими компаниями — круг партнеров может быть очень широк. Одним из основных партнеров уже является НАИТО — «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций». Такая практика работы турофисов принята во многих странах.

#### По какому принципу были выбраны страны, в которых открылись турофисы Visit Russia?

Честно говоря, мы рассчитывали, что офисов Visit Russia будет больше, но произошел некий бюджетный секвестр, поэтому на сегодняшний день мы можем говорить о пяти туристических представительствах России за рубежом. Выбор стран легко объясним. Китайские туристы сейчас занимают первое место во въездном турпотоке в Россию. Несмотря на то что Германия опустилась на второе место по этому показателю, она остается одним из наиболее перспективных направлений. Мы по-прежнему видим потенциал в европейских рынках, поэтому за регион Средиземного моря будет отвечать наш офис в Риме, за Балтийский регион — офис в Хельсинки. Дубай был выбран из-за своего географического положения и статуса крупнейшего пассажирского хаба на Ближнем Востоке и Азии в целом.

**К 2020 году Россия хотела увеличить число «внутренних» туристов до 40 млн человек. План удалось выполнить на пять лет раньше.**

#### Какова новая цель? Какие ожидания по рынку въездного туризма?

Сейчас важный, определяющий период, от которого зависит, как ситуация в российском туризме будет складываться дальше. Сможем ли мы заставить людей приехать еще и еще на отечественные курорты, в малые города России, в интересные регионы? Люди должны почувствовать вкус путешествий по России, у них должно зародиться ощущение недосказанности. А туристские организации должны найти выгодные для себя и привлекательные для клиентов новые туристские программы и продукты. Этому будет способствовать работа ТИЦев, национального портала, наружная реклама и интернет-информация.

Активно реализуется Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)», появляются новые объекты инфраструктуры — комплексы отдыха, тематические парки. Несмотря на то что бюджет ФЦП был урезан, все основные проекты реализуются и будут реализованы. Сформировался пул высокопрофессиональных туроператоров, занимающихся внутренним туризмом уже многие годы. Общими усилиями мы должны сформировать моду на путешествия по родной стране.

На продвижение России за рубежом выделено всего около 70 миллионов рублей, поэтому мы подчеркиваем, что все наши проекты пилотные и партнерские. Но от партнерства нам в любом случае никуда не деться, это наиболее эффективный инструмент работы.

На данный момент потенциал внутреннего и въездного туризма реализован на одну десятую долю процента. Россия недооценена как нашими гражданами, так и зарубежными путешественниками. Нет сомнений, что ситуация изменится, но как скоро это произойдет — через год или десятилетия — зависит от всех нас. **ТБ**

Беседала Софья Константинова

На продвижение России за рубежом выделено всего около 70 миллионов рублей, поэтому мы подчеркиваем, что все наши проекты пилотные и партнерские. Но от партнерства нам никуда не деться, это наиболее эффективный инструмент работы

Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

# RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

## 2015

18 номинаций  
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

[www.mice-award.ru](http://www.mice-award.ru)

Церемония награждения  
1 октября 2015 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

тел. (495) 723-72-72 / [award@tourbus.ru](mailto:award@tourbus.ru)



ОРГАНИЗАТОР

**events**  
ТУРИЗМ БИЗНЕС

УЧРЕДИТЕЛИ

 ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА РФ

**BUSINESS TRAVEL**  
АССОЦИАЦИЯ КОМПАНИЙ

 conference.ru

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

**السياحة**  
Tourism

ЗАРУБЕЖНЫЙ ПАРТНЕР

 CODE NEER

СТРАХОВОЙ ПАРТНЕР

 zetta ПАНЕЕ СК «ЦОРМ»

ПАРТНЕР НОМИНАЦИИ

**MAXI**  
MICE



.....

Неопределенность ближайших перспектив и явная зависимость от политики и экономики делают российский туризм «заложником», успех существования которого во многом определяет не он. Однако это не мешает хотя бы примерно оценить то, что может ждать отрасль через пять лет.

# Туризм-2020: ЭТЮД В ПОЛУТОНАХ

В условиях падающих доходов и усиления конкурентной борьбы прибыльность сокращается: сейчас рентабельность туроператорского бизнеса в России не превышает 3%, а агентского — 3–5%. Впереди нас ждут непростые времена

**ВИКТОР ДАНН**

генеральный директор  
«Олимпия-Райзен-Сибирь»  
(Новосибирск)

«Прошлый кризис научил нас не заглядывать далеко вперед: оказалось, что ситуация может кардинально меняться под влиянием внешних факторов», — считает Светлана Макарова, генеральный директор сети офисов продаж «Горячие туры». По словам Марины Розановой, коммерческого директора компании «Профкурорт», туризм очень зависим от политической и экономической ситуации в стране и мире. «Сейчас нашей отрасли явно не хватает лидера,

способного организовать взаимодействие с правительством, Госдумой, министерствами и ведомствами», — констатирует она.

Вместе с тем профессионалы убеждены: без оптимизма в туризме не выжить. Да и предположения о том, что технологии «задают» личное общение с клиентом, оказались под сомнением: по данным свежего опроса компании American Express Travel, 93% (!) туристов считают, что технологические новинки не заменяют персональное обслуживание.

А значит, надо надеяться на перемены к лучшему. Трезво оценивая перспективы, конечно. Каковы же они?

## Финансы поют романсы

**В**ремена, когда на заре становления российского турбизнеса его рентабельность составляла десятки процентов, многие вспоминают с ностальгией. Сейчас ситуация принципиально другая: надо много и трудно работать. И порой — с непредсказуемым финансовым результатом.

«В условиях падающих доходов и усиления конкурентной борьбы прибыльность сокращается: сейчас рентабельность туроператорского бизнеса в России не превышает 3%, а агентского — 3–5%, — считает Виктор Данн, генеральный директор «Олимпия-Райзен-Сибирь» (Новосибирск). — Впереди нас ждут непростые времена». По оценке эксперта, это связано с тем, что на внутреннем рынке, который сейчас в приоритете, доходность турбизнеса ниже. «И надеяться на получение больших прибылей в перспективе не стоит», — констатирует он.

По мнению Ольги Тимохиной, исполнительного директора ООО «Бюро путешествий «Гран-Тур» (Новосибирск), сейчас покупать небольшие фирмы не имеет смысла: как правило, они персонализированы. «Что касается операторов и агентских сетей, то в условиях, когда рынок развивался исключительно на кредитах, скидках и больших финансовых рисках, продаются и покупаются долги и мифические туристические прибыли, — полагает она. — Единственный способ оставаться рентабельными — своевременно сокращать расходы».

Дмитрий Мазаников, руководитель представительства «Росс-Тур» на Северо-Западе РФ, уверен, что доходность туристического бизнеса напрямую связана с соотношением уровней предложения и спроса. «Даже в условиях кризиса можно зарабатывать при условии, что нет демпинга на рынке

и туры реализуются с прибылью, а не как бывало раньше, за \$100», — говорит он.

«Изначально многие предприниматели в России строили свой туроператорский бизнес на базе cash flow — это провальный подход, — говорит Ивор Вукелик, директор по продукту, контрактингу и IT TUI Russia & CIS. — Сейчас клиент в России уже не путешествует три раза в год и внимательно смотрит, что получает за свои деньги. Теперь ключ успеха (в том числе финансового) — дифференциация, учитывающая малейшие нюансы потребностей туриста».

Эксперты уверены: в пятилетней перспективе рентабельность туристического бизнеса в РФ на фоне монополизации и ужесточения правил игры на рынке будет плавно снижаться до международных показателей. Однако и работать, и зарабатывать возможно: многие компании уже накопили опыт действий в сложных ситуациях и становятся все более гибкими и способными извлекать прибыль даже в самых «неудобных» условиях.

Россия повторяет путь западных стран, в которых на 10 операторов приходится тысяча агентств. На рынке остаются только сильные операторские компании: остальные переходят на чужой турпродукт

**ИЛЬЯ ИТКИН**

генеральный директор Pac Group

### МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

**ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ,**  
генеральный директор компании «АРТ-ТУР»

Сейчас ликвидность туристического бизнеса снижается: этому способствуют высокая конкуренция, неблагоприятная экономическая ситуация, снижение объемов продаж и другие факторы. Для повышения ликвидности и увеличения доходности нужен рост объемов продаж. Но это не единственный путь: определенную роль могут играть и такие факторы, как профессионализм, репутация и качество работы компании. Что касается рентабельности, то не стоит думать, что при продаже туров категории «премиум» этот показатель значительно выше, чем при реализации массовых туров эконом-формата: у любого оператора он вдвое ниже маржи агента и составляет 4–5%.



ВАШИ ОЖИДАНИЯ:



И ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ:

ДИЗАЙН ОТЕЛЬ  
В САМОМ СЕРДЦЕ МОСКВЫ

MERCURE MOSCOW PAVELETSKAYA

Дизайн-отель с неповторимым стилем.  
Ресторан, Lounge, бар,  
Wellness-центр & конференц-зал,  
подземная парковка.

MERCURE, это не просто  
компликс отелей.

ADAGIO MOSCOW PAVELETSKAYA

Апартаменты

IBIS MOSCOW CENTRE BAKHRUSHINA

Современные номера, рестораны и бар

115184, Россия, улица Бахрушина, 11  
3 минуты от метро Павелецкая  
Тел: +7 (495) 720-53-03  
Факс: +7 (495) 720-53-06  
h8223@accor.com, www.accorhotels.com

DISCOVER  
MERCURE

Mercure  
HOTELS

MERCURE.COM  
MORE THAN HOTELS  
PROVIDING VALUE

LE CLUB ACCOR  
HOTELS

Пять лет — слишком малый срок для изменения предпочтений туристов. Заметную разницу мы увидим между поколениями — подождем лет 20

**СЕРГЕЙ РОМАШКИН**

генеральный директор компании «Дельфин»

## Передел в пользу сильных

Как в ближайшей перспективе изменится структура рынка и расстановка сил на нем? Операторов будет все меньше, а число агентов, возможно, даже вырастет.

Как считает руководитель «Натали Турс» Наталия Воробьева, тенденция объяснима тем, что часть мелких и средних туроператоров, не выдерживая конкуренции с «крупняком», переходит в разряд агентов. Да и открыть агентский бизнес

и проще, и дешевле. «Через пять-десять лет на российском рынке, как и во всех цивилизованных странах, останется не больше десятка крупных операторских компаний», — полагает эксперт. Поддерживает коллегу и генеральный директор Ras Group Илья Иткин, который уверен: Россия повторяет путь западных стран, в которых на 10 операторов приходится тысяча агентств. «На рынке остаются только сильные операторские компании: остальные переходят на чужой турпродукт», — констатирует он. И, соответственно, ожидать появления в РФ новых крупных операторов стоит вряд ли.

«Любой рынок — это уход старых игроков и приход новых», — полагает Сергей Ромашкин, генеральный директор компании «Дельфин». — Но если посмотреть на рынок внутреннего туризма, то обострения конкуренции так и не произошло. Думаю, и через пять лет все ТО будут по-прежнему в деле». По его оценке, «пляжные» туристы будут все больше уходить в прямое бронирование, а вот «экскурсионщики» останутся. «Самостоятельная семейная поездка, скажем, по Золотому кольцу, сложна в организации и в разы дороже, чем групповая», — поясняет он.

### МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

**ИВОР ВУКЕЛИК,**

директор по продукту, контракту и IT TUI Russia & CIS

В ближайшие несколько лет будет идти консолидация рынка — и это абсолютно нормальный процесс. В итоге через 3–5 лет останутся несколько крупных туроператоров, а также какое-то количество нишевых, специализированных ТО. По этому пути уже прошли все страны Запада — США, Канада, Англия, Германия. Сейчас на рынке переизбыток турагентств — более 25 тысяч, хотя было бы достаточно и 10–15 тысяч. Поэтому в ближайшие годы можно ожидать консолидации не только среди туроператоров, но и в ритейле. При этом российский рынок похож на рынок Германии: несмотря на огромную долю онлайн-бронирования, офлайн-турагентства также востребованы, так как клиентам очень важна возможность лично обсудить с профессиональным менеджером все детали поездки.



## Своя «рубашка» ближе

Летом 2015 года в силу разных обстоятельств Россия как туристическая дестинация демонстрирует явный рост спроса: в среднем он вырос на 30%, а в компаниях отмечают и вдвое больший всплеск. Но сохранится ли этот интерес в ближайшем будущем?

«Россия — модный тренд, и лет пять мода будет держаться», — полагает Сергей Ромашкин. — Турпоток будет расти на 5–10% в год, если не случится ухудшения в экономике и доходах россиян. По его мнению, лидерами спроса останутся пляжные направления — Краснодарский край, Крым и Абхазия, на которые придется 70–80% турпотока. «Оставшиеся туристы будут ездить в лечебные и экскурсионные туры, а жители больших городов — отдыхать в загородных пансионатах», — комментирует эксперт.

В сезоне 2015 года на внутренний рынок с пакетными предложениями вышли сразу несколько крупных выездных игроков. «Библио-Глобус» запланировал отправить на пляжные курорты России 750 тысяч человек, «НТК Интурист» — 200 тысяч,

а Coral Travel — еще 150 тысяч. Но сразу в начале лета и операторы, и туристы столкнулись с рядом проблем.

Вместе с тем операторы, не скрывая сложностей, в перспективе намерены развивать российский рынок. «Людам нужно время, чтобы привыкнуть к пакетным турам в России», — полагает руково-

### МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

**МАРИНА РОЗАНОВА,**

коммерческий директор ЗАО СКО ФНПР «Профкурорт»

К 2020-му году будет наблюдаться значительный рост по направлениям Крым, Кавминводы, Алтайский край, Калининградская и Иркутская области, Байкал. Сократится рост по Сочи и в целом по Краснодарскому краю. Успех ждет тех, кто освоит новые рынки. Что касается конкуренции, то она в России постепенно становится более цивилизованной: конкурировать с прогрессивными партнерами по отрасли всегда перспективно и интересно. Но в борьбе за место «под солнцем» важно не забывать про интересы тех, ради кого мы работаем, — про наших клиентов. Те ТО внутреннего туризма, которые стремятся не только к прибыли и лидерству, но и к развитию отрасли в целом и, как следствие, к процветанию России, будут объединять свои усилия и к 2020 году окажутся в топ-10.



дитель PR-отдела Coral Travel Марина Макарко-ва. — Мы на российском рынке не временно, будем продолжать продвигать и развивать эту услугу». Однако переориентировать своих клиентов «внутри» пока готовы не все: Tez Tour и «Натали Турс», к примеру, выжидают.

Что касается зарубежных направлений, то в ближайшей перспективе серьезных перемен не будет. «В «пакетных» турах и дальше ведущими направле-

ниями будут Турция и Египет, а лидерами спроса для самостоятельного бронирования через онлайн-системы — Испания, Италия, Франция, — уверен Ивор Вукелик. — При этом популярность внутреннего туризма вырастет: Сочи будет главным российским курортом как минимум ближайшие 10 лет. Крым тоже будет популярен, а если будут и инвестиции в его туристическую инфраструктуру — он может быть даже лучше Сочи».

## Партнер, а не конкурент

Слухи о скорой кончине российского туристического офлайна сильно преувеличены — в этом уверены даже те, кто явный приоритет отдает онлайн.

Главный «тормоз» туристического онлайн в РФ — консерватизм покупателей. Даже активные пользователи интернета (40%) предпочитают покупать турсервисы офлайн. Все остальные используют интернет лишь как источник актуальной информации. Картину дополняет то, что, по оценке директора по маркетингу компании BrandSpotter Ильи Ермолаева, «на начало 2014 года лишь 45% россиян имели счет в банке, без которого немыслима оплата товаров и услуг через интернет».

В результате эксперты уверены: рынок турсервисов в России ждет конвергенция оф- и онлайн с соответствующим сближением традиционных ТО и ТА с ОТА. «У онлайн-агентств и туроператоров с разными продуктами, но схожей целевой аудиторией появляется все больше точек сотрудничества», — считает Александр Сизинцев, генеральный директор Biletix.ru. Его мнение подтверждает и пример Sletat.ru: в 2014-м тот начал активно развивать собственную

 <p>12-ая международная рабочая встреча по организации конференций, деловых встреч и корпоративных поездок</p>		<p><b>28</b> января четверг 2016</p>		<p>Гостиница <b>The Ritz-Carlton Moscow</b></p>			
Meetings		Incentives		Conferences		Events	
Площадки для мероприятий		Destination Management Company (DMC)		Конгрессы		Meeting Industry	
				Семинары			
Поощрительный туризм		Team building		Corporate Buyers			
Конференц-пакеты						Корпоративный туризм	
<p><b>К участию в мероприятии приглашаются:</b></p> <p>Компании по организации деловых, событийных и корпоративных поездок; Гостиницы и гостиничные сети; Авиакомпании; Бизнес и конференц-центры; Круизные компании; Национальные туристические представительства; А также другие компании, работающие в области делового туризма</p>							
<p><b>На посещение мероприятия приглашаются:</b></p> <p>Корпоративные клиенты; Организаторы деловых и корпоративных мероприятий; Туристические компании из Москвы и регионов.</p>							
<p>Организаторы: тел.: +7 499 5005628 ws@antormice.com <a href="http://www.antormice.com">www.antormice.com</a></p>							

сеть франчайзинговых агентств — действие, характерное в первую очередь для офлайна.

«Агентства активно интегрируются в интернет, предлагая готовые пакетные туры с моментальным подтверждением. Но это не повод говорить о том, что через пять лет все туристы будут самостоятельно подбирать и бронировать туры онлайн, — уверена Светлана Макарова. — Интернет не заменит живого общения с профессионалом, но внедрение

новейших технологий даст агентствам дополнительные инструменты для индивидуальной работы с каждым клиентом».

«Доля самостоятельных путешественников будет расти, но роль ТО и ТА в туризме очень важна. И я бы поставила ТА на первое место, — говорит Марина Розанова. — Близорук тот, кто этого не понимает. Думаю, что доля клиентов, которые обойдутся без ТА, к 2020 году не будет более 15%».

#### МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

**АЛЕКСАНДР СИЗИНЦЕВ,**  
генеральный директор *Biletix.ru*

До лета 2014 года доля онлайн-трэвел не превышала 20% рынка, зато сегмент рос в 3 раза быстрее (на 33% в год по сравнению с 12% у туроператоров). ОТА переманивают все больше туристов, сокращая рынок ТО и ТА. Конкуренция между онлайн-сегментом и традиционным ТО и ТА растет, но турпакеты и отдельные туристические сегменты поездки — слишком разные продукты. Один и тот же человек, скорее всего, летом при поездке в Турцию или Египет предпочтет турпакет, а европейскую столицу вне сезона посетит самостоятельно. Лишь динамическое пакетирование способно вывести ОТА и ТО на одно поле жесткой конкуренции, но даже в этом случае оно вряд ли будет претендовать на значимую долю по массовым «пакетным» направлениям.



Агентства активно интегрируются в интернет, предлагая готовые пакетные туры с моментальным подтверждением. Но это не повод говорить о том, что через пять лет все туристы будут самостоятельно подбирать и бронировать туры онлайн

#### СВЕТЛАНА МАКАРОВА

генеральный директор сети офисов продаж «Горячие туры»

## Прогноз на пятилетку

Статистика говорит о том, что пока самыми активными путешественниками в РФ являются те, кому сейчас 25–45 лет. Но на рынок уже выходит поколение Z, а на подходе и поколение A.

По оценке FlightView, даже «миллениумы» (т. е. родившиеся в период с начала 1980-х по 2000-й) охотнее платят за услуги высокого класса, а также за сервисы, облегчающие им жизнь в сфере туризма. Речь идет о таких услугах, как получение багажа на приоритетных условиях, возможность забрать арендованный автомобиль у тротуара, а не со стоянки, и даже о предварительном заказе блюд в ресторане через мобильный телефон.

«Современные путешественники в первую очередь готовы платить за удобство и широкий выбор услуг», — считает Майк Бенджамин, исполнительный директор FlightView. По его оценке, особенно интересуют «миллениумов» сервисы, связанные с инновациями (быстрый Wi-Fi и т. п.). Вместе с тем Сергей Ромашкин полагает, что пять лет — слишком малый срок для изменения предпочтений туристов. «Заметную разницу мы увидим между поколениями — подождем лет 20», — говорит он.

Эксперты отмечают: «новые», молодые туристы гораздо более требовательны к содержанию поездки — для них ее нюансы порой важнее цены. Поэтому в перспективе более востребованными окажутся не «коробочные» туры, а «собранные под клиента» с учетом его пристрастий.

«Если заглядывать в будущее, вижу два пути, — размышляет Дмитрий Арутюнов, генеральный директор компании «АРТ-ТУР». — Первый мы наблюдаем на примере Западной Европы, где происходит монополизация рынка с одновременным снижением рентабельности. Второй, который я считаю более перспективным, — появление компаний формата tripadvisor. Своего рода «семейного доктора» в сфере туризма, который полностью владеет информацией о потребностях клиента и способен сопровождать его туристические интересы 24 часа в сутки». **ТБ**

#### МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

**ДМИТРИЙ МАЗАНИКОВ,**  
руководитель представительства  
«Росс-Тур» на Северо-Западе РФ

Маловероятно, что через пять лет в цепочке клиент–агент–оператор в России взаимодействие изменится кардинальным образом: потребительские интересы туристов меняются, но не так быстро. И думать, что к 2020-му все они «уйдут» в интернет, беспочвенно: опыт Германии или Финляндии показывает — даже в условиях гораздо лучшего проникновения сети и наличия других технологических новаций все равно успешно работают и офлайн-агентства. Туристы, родившиеся в XXI веке, конечно, будут гораздо активнее использовать возможности онлайн, но ведь и турбизнес не намерен стоять на месте. И выиграет тот, кто пойдет по пути баланса между интернет-технологиями и «живым» общением.



# Купите мир

2-5 ноября 2015 г. / ExCeL London



## WTM® значит бизнес

**£2,5 млрд фунтов\***

сумма новых сделок, заключенных на WTM® 2014 г.

Встречи на WTM® с клиентами в формате блиц-переговоров

собирают более **1400** участников

Пообщайтесь с **5,000\*\***

участников выставки со всего мира

Зарегистрируйтесь на **WTM Buyers' Club**  
[wtmlondon.com/buyersclub](http://wtmlondon.com/buyersclub)

Official Media Partner

**Tourbusiness**

Official Premier Partner

**México**  
live it to love it

**wtm®**  
**buyers'**  
**club**

2 - 5 November 2015 • London

\* Source: Independent research by Fusion Communications, January 2015

\*\*ABC audited figures, February 2015

World Travel Market and WTM are trademarks of Reed Elsevier Properties SA, used under license.

# Динамическая цена:

Системе динамического ценообразования уже более двух лет, однако споры вокруг нее а не так давно на них перешли TEZ Tour и «Пегас Туристик». И если туроператоры считают то для агента это скорее «страшный сон», пугающий прежде всего резким изменением

**АЛЕКСАНДР СКРЫПНИК,**  
генеральный директор турагентства «Салют Европа»

**Очевидно, что динамическое ценообразование выгодно туроператорам. А есть ли выгода для других участников рынка — агентов, туристов?**

Кроме как туроператорам, выгоды больше никому нет. Тем более что туристы привыкли клянуть скидки, и многие агентства делятся с ними своей комиссией. И при повышении стоимости тура агентство может остаться вообще без прибыли, а если хочет удержать постоянного клиента, то и в убытке. Это вполне закономерно, ведь многие туроператоры, чтобы избежать убытков, вместо блоков на рейсы берут билеты из свободной продажи. Стоимость авиабилетов меняется в сторону увеличения ближе к дате вылета, а туристы привыкли вносить предоплату и хотят, чтобы стоимость их тура не менялась. К сожалению, сейчас у туроператоров нет такого количества оборотных средств, как раньше, и они не могут выкупать у перевозчика заранее билеты, если нет полной оплаты. Чтобы избежать подобного сценария, надо предупреждать туристов о том, что если они не оплатят тур полностью сразу, то возможно повышение цены.

Другое дело, когда турист уже купил тур по одной цене, а потом она стала ниже, и он об этом узнал.

Самостоятельным туристам, думаю, будет интересно покопаться в системе, но вряд ли они поймут что-то хорошее. Есть один только принцип: чем ближе к дате тура, тем тур будет дороже. Правда, бывают приятные исключения, которые называются «горящими турами», но это случается все реже и реже.

Если человеку понравилась отель, а он, конечно, выберет самый лучший за самую малую цену, и он решит ждать, пока стоимость еще снизится, то с большей степенью вероятности можно предположить, что данный турист либо заплатит больше, чем мог изначально, либо в этом отеле закончатся места.

**Как объяснить клиенту внезапное изменение цен? Насколько цены могут измениться?**

С туристом надо работать, объяснять ему, чем он рискует. А на случай, когда цена тура снижается, отель дает скидку либо туроператор горит на блочных билетах, туристу с самого начала надо говорить, что если он хочет улететь дешевле, то надо ждать до конца (туры last minute). Но помнить при этом, что можно не улететь вовсе: или отель встанет на стоп, или билеты закончатся. Теперь другие времена.

Цены могут расти от нескольких рублей и десятков рублей (в зависимости от курса валют) до 30–40%, а это уже тысячи и десятки тысяч рублей (в связи с изменением стоимости перелета).

**Что делать, если турист начинает подозревать агента в недобросовестности или вообще отказывается от поездки из-за изменения ее стоимости?**

На случай отказа от оплаченной поездки существует договор с клиентом. Грамотно составленный договор уберет турагентство от многих неприятностей. Прежде всего, не надо доплачивать за туриста, даже за постоянного клиента, из средств фирмы, в надежде, что он принесет доплату за тур, если турист внес только предоплату.

А чтобы турист не заподозрил агентство в недобросовестности, надо показать ему переписку с туроператором. Ведь ни для кого не секрет, что турфирмы живут на комиссию.

Был у нас недавно такой случай. Семейная пара собиралась купить тур на остров Бали. Стоимость полного пакета на момент нашего общения с клиентами по телефону составляла порядка 77 тысяч рублей на человека. Когда же туристы приехали в офис, стоимость тура уже повысилась на 10 тысяч рублей. Итог — отказ туристов от поездки.

**Не приведет ли введение динамического ценообразования к отказу агентств от работы с туроператорами, использующими эту систему?**

Я думаю, что не приведет. У агентств и так выбор невелик. А у туроператоров, использующих эту систему, предложения очень даже заманчивые. Главное — привыкнуть.

**«Живые цены» привлекательны для самостоятельных туристов. Не лишает ли эта система классические агентства клиентов?**

Нет. Дело в том, что люди, которые привыкли бронировать себе в онлайн туры, — это специфическая категория. Их много, но они не доверяют турфирмам, будь те хоть операторами, хоть еще кем-либо. Как бронировали эти люди через booking.com или аналогичные сайты, так и будут это делать, они себе на уме, и ничем их не проймешь. Верят, что покупают дешевле. Ну и пусть верят.

**Возможно ли сделать так, чтобы система устраивала всех участников рынка?**

Разумеется. Работа с туристом, и еще раз работа с туристом. Не бояться общения, объяснять людям. И они поймут. **ТБ**



# яблоко раздора

не утихают. Российский рынок с «живыми ценами» познакомил «Библио-Глобус», «живую цену» нормальной практикой, экономически эффективной для бизнеса, стоимости тура, которое, в свою очередь, приводит к потере клиента.

**АННА ПОДГОРНАЯ,**

генеральный директор туроператора «Пегас Туристик»

**Очевидно, что динамическое ценообразование выгодно туроператорам. А есть ли выгода для других участников рынка — агентов, туристов?**

И агентства, и туроператоры ведут бизнес, главная цель которого — зарабатывать деньги. Агенты стремятся продать больше туров, туристы — найти бюджетные варианты. Динамическое ценообразование позволяет отслеживать цены и ловить лучшие предложения, что, конечно, требует гибкости агентств. Но это нормальная практика на рынке услуг. «Живая цена» не вызывает отторжения при покупке, например, авиабилета. Так почему же продукт под названием «авиабилет» воспринимается туристами и агентами нормально, а «турпродукт» негативно?

**Как объяснить клиенту внезапное изменение цен? Насколько цены могут измениться?**

Динамическое ценообразование — это когда цены на туры формируются автоматически в реальном режиме, с учетом текущего спроса на те или иные варианты отдыха. Если запросов от туристов мало, цена падает, в случае, если спрос вырастает, цена стабилизируется, а затем тоже начинает подниматься.

Безусловно, могут быть ситуации, когда турист общался с менеджером по телефону и тот объявил ему одну цену за тур, а когда турист приехал в турфирму, цена изменилась. У цены выбранного тура есть три пути: она останется прежней, увеличится или уменьшится. Такова схема продаж. Рынок услуг, в том числе и туристический, давно работает с такой системой ценообразования. Для бизнеса это экономически эффективно.

Насколько цены могут измениться? На сотни, тысячи рублей. Все зависит от спроса. Цены могут меняться десятки раз за день. Здесь нет регламента. Динамическое ценообразование не лимитирует количество раз, когда цена может корректироваться. Однако наша система все же фиксирует цену на 40 минут с момента начала бронирования, но до этого времени она может меняться.

Хотелось бы также отметить, что мы внедрили эту систему не для того, чтобы усложнить агентам жизнь. Кривая графика, отражающая изменения стоимости путевок, устремляется не только вверх. Забронировать тур можно на более выгодных условиях, чем планировалось.

**Что делать, если турист начинает подозревать агента в недобросовестности или вовсе отказывается от поездки из-за изменения ее стоимости?**

Турагенту изначально нужно давать туристу четкую информацию, объяснять схему продаж при динамическом пакетировании, рассказать, что цену формирует рынок, а не человеческий фактор. Туристы в большинстве своем уже знакомы с «живой ценой» и проблем в данном случае возникнуть не должно.

Если турист все же отказался от тура, то существуют другие игроки, условия которых, возможно, устроят туриста. Это бизнес, и конкуренция здесь неминуема.

**Не приведет ли введение динамического ценообразования к отказу агентств от работы с туроператорами, использующими эту систему?**

Большинство агентств восприняли «живую цену» адекватно и уже научились с ней работать. Единственным реальным фактором, определяющим стоимость турпродукта, является спрос, от этого спроса система и формирует предложение. К тому, что цена меняется, все уже привыкли. Все предельно просто.

**«Живые цены» привлекательны для самостоятельных туристов. Не лишает ли эта система классические агентства клиентов?**

Если бы у агента была только функция бронировщика, тогда, безусловно, «живые цены» спровоцировали бы рост числа самостоятельных туристов. Однако это заключительный этап в работе с клиентом. Главная же функция агента — проконсультировать туриста, правильно понять его пожелания относительно будущего отдыха и, исходя из этого, подобрать тур, который полностью устраивает клиента. Если клиент не является путешественником со стажем, то есть большая вероятность того, что он просто потеряется в объеме информации, поэтому при выборе тура ему не миновать профессионального агента.

**Возможно ли сделать так, чтобы система устраивала всех участников рынка?**

Нам всем есть над чем работать.

И, конечно, все участники рынка должны быть заинтересованы в получении высокого результата своей работы. **TS**



## anextour

### МЕЖДУНАРОДНЫЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ТУРОПЕРАТОР «АНЕКС ТУР»

ANEX Tour – широко известная, динамично развивающаяся компания с богатым туроператорским опытом, сплоченным профессиональным коллективом и надежными партнерами. ANEX Tour присутствует на туристическом рынке России 19 лет и по праву считается одной из ведущих туроператорских компаний, работая на 16 направлениях.

Специализация компании – предоставление клиентам всех запрашиваемых услуг, связанных с отдыхом и путешествием в Турции, Египте, Таиланде, Испании, ОАЭ, Греции, Марокко, Индии, Вьетнаме, Чехии, Андорре, Доминиканской Республике, Мексике и Болгарии. Вылеты осуществляются из 36 городов России.

Преимущества работы с ANEX Tour: собственные чартерные рейсы, эксклюзивные, базовые и гарантированные отели, собственные принимающие офисы и контракты с лучшими принимающими компаниями по всем направлениям.

Компания постоянно расширяет линейку своих предложений и совершенствует туры на уже открытых направлениях. В работе с туристическими агентствами используется система стимулирующего вознаграждения и мотивационная бонусная программа.



### «ВЕДИ ТУРГРУПП»

#### Руководители региональных офисов:

**КИРИЛЛ СИЗОВ (Самара)**

**ЮЛИЯ СЕВРУК (Н. Новгород)**

**ОЛЬГА КОЖИНА (Санкт-Петербург)**

Компания «ВЕДИ ТУРГРУПП» начала свою деятельность как туроператор по Чехии и является одним из лидеров рынка на этом направлении.

Компания организует туры в страны Европы и Юго-Восточной Азии, в Израиль.

Новые направления: Иордания, Занзибар (Танзания).

Предлагаем экскурсионные и комбинированные, авиа- и железнодорожные туры, пляжный отдых, лечебные и оздоровительные туры, диагностику, велнес- и спа-программы и др.

Приглашаем вас посетить наши семинары, на которых мы расскажем о новинках сезона 2015–2016. Ждем вас у наших рабочих мест, где мы сможем пообщаться и ответить на все ваши вопросы.

## WEST TRAVEL

Туроператор с 1991 года [www.west-travel.ru](http://www.west-travel.ru)

### «ВЕСТ ТРЕВЕЛ»

#### СВЕТЛАНА ДРОЗДОВА, директор по продажам

«Вест Тревел» традиционно является одним из ведущих туроператоров по Финляндии, Скандинавии и Европе.

Путешествия в Финляндию, Швецию, Норвегию, Данию, по всей Прибалтике и Европе возможны в различных комбинациях и разной продолжительностью автобусом, паромом, авиа и по железной дороге.

Новинки осеннего сезона: «Безвизовые мини-круизы» на 1–2 ночи от 54 евро, включая новогодние и рождественские заезды.

Один из приоритетов деятельности «Вест Тревел» – прием в России отечественных и иностранных туристов.

Для агентств действуют поощрительные и бонусные программы.

Также приглашаем агентов стать нашими генеральными представителями в регионах. ПЛЮСЫ для представителей: компенсация на вывеску «Вест Тревел» и рекламную кампанию, повышенная комиссия с первого дня работы, развитие собственной субагентской сети, размещение в разделе «генеральные представители в регионах» на сайте «Вест Тревел», персональный куратор. НЕТ ежемесячных планов, взносов, вступительных платежей.

Приглашаем посетить наше рабочее место на workshop «Турбизнес» в Екатеринбурге, Уфе, Самаре, Казани, Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону, Краснодаре!



### ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО МИНИСТЕРСТВА ТУРИЗМА ДОМИНИКАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В РОССИИ

**ГАЛИНА ЛЫСЕНКО, директор Представительства  
Министерства туризма Доминиканской Республики  
в России, Украине и странах СНГ**

**АННА ПАНЬШИНА, представитель Министерства туризма  
Доминиканской Республики в Санкт-Петербурге**

Приглашаем посетить наше рабочее место и мастер-классы в осенней серии workshop «Турбизнес», в которых Представительство Министерства туризма Доминиканской Республики на протяжении нескольких лет принимает активное участие.

Наше Представительство функционирует с конца 2004 года. В его задачи входит продвижение Доминиканской Республики как туристического направления в России, Украине и странах СНГ, формирование бренда, поддержка туроператоров, работающих на данном направлении, и оказание консультативной помощи агентствам и прямым клиентам.

Вашему вниманию помимо развернутой презентации страны, включающей в себя все туристические регионы и направления Доминиканской Республики, будут представлены наши обновленные рекламные материалы. До скорой встречи!

# T6 workshop

## ТУРБИЗНЕС

Workshop «Турбизнес» – самые крупные и успешные деловые встречи в регионах России для профессионалов туротрасли

7 сентября	понедельник	Тольятти	13 октября	вторник	Омск
8 сентября	вторник	Ульяновск	14 октября	среда	Новосибирск
9 сентября	среда	Пенза	15 октября	четверг	Красноярск
10 сентября	четверг	Саратов	16 октября	пятница	Иркутск
11 сентября	пятница	Волгоград			
21 сентября	понедельник	Екатеринбург	20 октября	вторник	Владивосток
22 сентября	вторник	Уфа	21 октября	среда	Хабаровск
23 сентября	среда	Самара	22 октября	четверг	Алматы
24 сентября	четверг	Казань	23 октября	пятница	Астана
25 сентября	пятница	Н.Новгород	26 октября	понедельник	Мурманск
29 сентября	вторник	Ростов-на-Дону	27 октября	вторник	Архангельск
30 сентября	среда	Краснодар	28 октября	среда	Санкт-Петербург*
1 октября	четверг	Ставрополь	29 октября	четверг	Калининград
2 октября	пятница	Пятигорск	29 октября	четверг	Минск
5 октября	понедельник	Пермь	30 октября	пятница	Витебск
6 октября	вторник	Челябинск			
7 октября	среда	Тюмень			
8 октября	четверг	Сургут			

\* мероприятие пройдет в формате бизнес-завтрака

**32** ГОРОДА  
В РОССИИ  
И СНГ

Подробную информацию по условиям участия уточняйте в отделе workshop или на сайте [www.tb-workshop.ru](http://www.tb-workshop.ru)  
Для турагентств посещение мероприятия бесплатно, обязательная регистрация на сайте.

Испания –  
страна-партнер  
workshop «Турбизнес»



ANEX Tour –  
генеральный партнер осенней серии  
региональных workshop «Турбизнес»



Отдел workshop «Турбизнес»:

Кристина Сивова [k.sivova@tourbus.ru](mailto:k.sivova@tourbus.ru), Евгения Шуманская [e.shumanskaya@tourbus.ru](mailto:e.shumanskaya@tourbus.ru)

Дополнительная информация по телефону: (495) 723-72-72,  
[www.tb-workshop.ru](http://www.tb-workshop.ru), [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru), [www.idtourbus.ru](http://www.idtourbus.ru)



Workshop «Турбизнес» – более 380 мероприятий в 50 городах России и СНГ с 1998 года

# Островок, претендующий на материк

Ostrovok.ru — это один из самых обсуждаемых туристических стартапов в России. Сооснователь и руководитель сервиса СЕРГЕЙ ФАГЕ в эксклюзивном интервью «ТБ» рассказал, что будет с отечественным туррынком через пять лет, как воспринимает своего главного конкурента — Booking.com, почему вернулся из США и что вкладывает в понятие «счастье».

## КАКИМ ВЫ ВИДИТЕ БЛИЖАЙШЕЕ БУДУЩЕЕ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА?

Очевидно, что туристический рынок уже сейчас претерпевает изменения. Это связано прежде всего с тем, что люди боятся доверять одной компании всю свою поездку и хотят быть более свободными в выборе. Многие агентства меняют свой подход к ведению бизнеса и переориентируются с продажи «готовых» туров на продажу индивидуальных пакетов, где отель и перелет будут выбираться отдельно друг от друга. Совершенно ясно, что этот тренд сохранится.

Следя ему, агентства будут расти. В противном случае у них просто не будет спроса.

Банкротства туроператоров, захлестнувшие Россию в прошлом году, — прямой показатель того, что идет тотальная реструктуризация рынка. В конечном итоге останется

несколько крупных игроков, работающих исключительно с людьми, которым нужен личный подход. Что касается доли онлайн, то ее размер к 2020 году может дойти до 30 процентов при сохранении текущей ситуации на рынке.

## НА ОДНОЙ ИЗ КОНФЕРЕНЦИЙ ВЫ НАЗВАЛИ РОССИЙСКИЕ АВИАЦИОННЫЕ ОНЛАЙН-ТРАВЕЛ-АГЕНТСТВА «УМИРАЮЩИМИ». ПОЧЕМУ?

Причина простая. Какую маржинальность они получают? 2–4%? По сравнению с отельным сегментом, где комиссия составляет в среднем 15–20%, эти цифры кажутся просто ничтожными. У авиасегмента нет возможности продавать услуги значительно дешевле, чем на сайте авиакомпании, при этом для клиента многократно возрастают сложности при необходимости аннулировать или изменить билет.

## ЧТО СКАЖЕТЕ О СОСТОЯНИИ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТРАВЕЛ-СТАРТАПОВ? О НОВЫХ ПРОЕКТАХ НЕ СЛЫШНО, ИНВЕСТОРЫ БЫЛОЙ АКТИВНОСТИ НЕ ПРОЯВЛЯЮТ.

Мало кто из инвесторов готов вкладывать деньги в заведомо бесперспективные проекты, когда на рынке уже существуют сильные локальные игроки. Безусловно, общая экономическая ситуация влияет на отдельных инвесторов, но она не станет препятствием, если проект их действительно заинтересует.

На рынке существует много маленьких узкоспециализированных трэвел-стартапов, которым требуются инвестиции, но сейчас не тот момент, когда инвесторы готовы вкладывать деньги в подобные ресурсы. За состоянием текущих трэвел-стартапов мы следим, но нам это не так интересно. Мы сконцентрированы прежде всего на себе, и у нас все хорошо.



**Представители профессионального сообщества не раз обвиняли вас в «копировании Booking.com», в том, что вы «гипнотизируете инвесторов, а они забывают о прибыли» и так далее. Как вы относитесь к таким разговорам? Не вредит ли это репутации компании?**

Откровенно говоря, нам совершенно не важно, что о нас говорят другие «представители». Репутации компании могли бы вредить разговоры клиентов о том, что у нас высокие цены и плохой сервис. А у нас отличный сервис и одни из лучших цен на рынке. Мне кажется, это гораздо важнее для наших пользователей и для рынка в целом, чем остальные факторы. И я сильно сомневаюсь, что можно просто загипнотизировать наших инвесторов. Они профессионалы в своем деле, так же как и мы в своем.

Booking.com — это просто еще одно онлайн-агентство. Слышать о копировании всегда очень странно, особенно от «профессионалов» туристического рынка. Если просто скопировать какой-то продукт или идею, то это заведомо обречено на провал. Вы никогда не сможете сделать ничего толкового, если не обладаете профессиональными знаниями в конкретной области и пониманием, как это будет и должно развиваться.

**И все же — как побороть гегемонию Booking.com?**

Я верю в то, что почти в любом бизнесе можно победить лидера индустрии, если реально стараться. Посмотреть хотя бы на развитие туристического рынка во многих других странах. Индия, Китай, Латинская Америка — везде локальные игроки занимают очень хорошие позиции, а зачастую Booking.com даже не входит в тройку лидеров. Нужно просто сосредоточиться на своей работе, продолжать ее делать, и тогда все получится.

**Некоторые отельеры обвиняют Ostrovok.ru в демпинге. Вы действительно ведете эту рискованную политику?**

Демпингом мы не занимаемся. Мы не продаем номера дешевле, чем нам отдают их наши поставщики. Клиенты хотят иметь возможность забронировать любой объект размещения в мире по лучшим ценам и оплатить этот отель удобным им способом. Наша первичная задача — дать им это.

Мы постоянно ищем цены на отели у огромного количества поставщиков по всей России. Они могут быть не очень технологичными, но иметь хорошие цены, которые мы будем показывать нашим пользователям. Мы умеем качественно работать с такими поставщиками и их контентом.

**Не так давно вы объявили о выходе в B2B-сегмент. Что подтолкнуло вас к этому решению?**  
Просто в какой-то момент мы поняли, что можем делать это лучше других. На самом деле, B2B.ostrovok.ru существует почти полтора года. За это время

мы начали работать более чем с 2000 партнерами и ежедневно подключаем десятки новых агентов со всего мира. Всем нравятся цены, которые мы выгружаем в систему, и то, что все эти цены реальные, с моментальным подтверждением, а не как обычно: «вот, есть очень дешево, но купить это нельзя».

Мы ориентируемся на потребности клиентов, как и в случае с основным продуктом, и делаем систему, которая будет помогать агентам зарабатывать больше и правильнее. Мы обладаем знаниями и аналитикой, которая недоступна обычным агентствам. И мы готовы делиться этими знаниями совершенно бесплатно. Более того, мы хотим помочь агентствам экономить свое время, и вместо ненужных и рутинных вещей они смогут делать больше бронирований.

**Вы всегда подчеркиваете большой потенциал российского рынка. Вы вернулись в Россию из-за чисто экономического расчета?**

Несмотря на то что я действительно верю в Россию, в ее огромный потенциал, у меня есть некая эмоциональная привязанность к этой стране. Я считаю Москву моим домом. Я обожаю сюда возвращаться после путешествий, здесь я чувствую себя в своей тарелке.

**Сергей, какой вы начальник? Какими качествами должен обладать руководитель, который может повести за собой людей?**

Нужно уметь концентрироваться и быть целеустремленным. Эти качества могут показать другим, как добиться результата. Я уверен, что одна из ключевых характеристик лидера — это нескончаемая приверженность к долгосрочным целям, и моя команда считает, что я именно такой.

**Какие сферы жизни, бизнеса, науки, искусства вас интересуют? Чему бы вам хотелось научиться, что постичь нового?**

Я верю, что в жизни можно делать только одну вещь хорошо. Даже если вы делаете всего две вещи, вы делаете их посредством относительно кого-то, кто делает одну. По этой причине я выбираю заниматься только «Островком». У меня всю жизнь был интерес к робототехнике и искусственному интеллекту, но об этом мы поговорим лет через десять.

**Каково ваше главное достижение в жизни?**

Пока его нет. Я уверен, что успех «Островка» будет очень важным достижением в моей жизни.

**В одном из интервью вы сказали: «Счастье — это работа над тем, что ты находишь интересным и значимым. И работа с интересными людьми». Как вы думаете, со временем ваше мнение изменится?**

Уверен, что нет. Это моя фундаментальная позиция. Многие с ней не согласны, но я считаю, что это сугубо личное, и понятие «счастье» у каждого человека свое. **ТБ**



Почти в любом бизнесе можно победить лидера индустрии, если реально стараться. Посмотреть хотя бы на развитие туристического рынка во многих других странах. Индия, Китай, Латинская Америка — везде локальные игроки занимают очень хорошие позиции



# Korean Air:

## четверть века в небе России



В нынешнем году Korean Air, крупнейшая авиакомпания Южной Кореи и один из двадцати ведущих авиаперевозчиков мира, отмечает 25-летие полетов в Россию. Первый рейс Korean Air KE923 прибыл в международный аэропорт Шереметьево 31 марта 1990 года, связав столицы двух стран регулярным воздушным сообщением. Задаем г-ну СОН СОН ХВЕ, региональному директору Korean Air в России и странах СНГ, «юбилейные» вопросы.

**К**ак случилось, что Korean Air заняла место среди мировых лидеров авиаперевозки? Каковы основные моменты этой success story?

История нашей компании напрямую связана с прогрессом Южной Кореи в целом; по мере динамичного развития страны у ее населения появился и быстро окреп интерес к путешествиям, чем мы и воспользовались. Korean Air в сжатые исторические сроки создала удобную международную маршрутную сеть, одновременно уделяя первостепенное внимание активному маркетингу, в том числе за пределами страны. Нельзя не отметить и роли персонала — компания отбирала лучших из лучших для работы не только в воздухе, но и на земле. Чуткая реакция на изменения, которым подвержен рынок авиаперевозок, — еще одна составляющая успеха.

**Известно, что Korean Air является одним из основателей и членом глобального авиаци-**

**онного альянса SkyTeam, в который входит 20 авиакомпаний. Какие задачи решают сегодня объединения подобного рода?**

В последнее время фактор принадлежности к одному из альянсов играет возрастающую роль. Условия ведения бизнеса ужесточаются, поэтому маршрутные сети партнеров становятся важным бонусом для дальнейшего развития. Альянс Sky Team предлагает 569 миллионам своих перевозимых ежегодно пассажиров международную сеть из 15 тысяч ежедневных рейсов, которые связывают 1064 города в 178 странах мира. Можете судить о масштабах партнерства.

**Как развивается маршрутная сеть компании? Есть ли у этого процесса постоянные приоритеты?**

Саудовская Аравия, Хьюстон, Колумбия, Мальдивы — это премьеры последнего периода. На полетном горизонте Korean Air вырисовываются Африка и Латинская Америка. Коммерческую выгоду компания старается прогнозировать с запасом на будущее: наша цель — создать глобальную мировую маршрутную сеть, и потому мы полагаем, что иногда сегодняшний убыток может обернуться завтрашней прибылью. Отдельным блоком стоит развитие грузоперевозок; специализированное отделение компании — Korean Air Cargo — считается лидером среди трансконтинентальных тихоокеанских грузоперевозчиков.

**Каких перевозчиков вы числите среди своих конкурентов?**

Это прежде всего авиакомпании Ближнего Востока — Emirates Airline, Qatar Airways, Singapore Airlines, которые представляют собой серьезных соперников не только для нашей компании. Борьба с ними за первенство можно только одним способом — повышая уровень услуги и совершенствуя тактику продаж. Особняком на конкурентном рынке стоят лоукостеры, прежде всего южноазиатские. Korean Air создала свой лоукостер — Jin Air. Мы сообщаем противостоящим конкурентным вызовам: ведем совместную маркетинговую политику.

**Российский рынок относительно нов для Korean Air. Какими факторами определяется на нем стратегия компании?**

Сейчас мы выполняем рейсы в четыре российских города — Москву, Санкт-Петербург, Иркутск и Владивосток. Отмена виз полтора года назад давала основание рассчитывать на расширение пассажиропотока, однако известные изменения в международной обстановке, а также проявления экономического кризиса осуществлению этих планов воспрепятствовали. Тем не менее в стратегическом смысле они продолжают существовать. Речь идет прежде всего об увеличении количества выполняемых рейсов — планировалось сделать Москву ежедневной в течение всего года, добавить

В честь 25-летия начала полетов в Россию Korean Air представила на маршруте Москва — Сеул новейшее воздушное судно Airbus A330-300. Форма его крыла снижает потребление топлива, делая лайнер более экологичным. Новое семейство самолетов Airbus развивает крейсерскую скорость 879 км/ч при дальности полета 9450 км и максимальной продолжительности 11 часов.

В салоне бизнес-класса Prestige Suite лайнера A330-300 установлены новые кресла. Они располагаются в шахматном порядке, что радикально меняет свободу передвижения по салону для всех пассажиров, и раскладываются на 180 градусов, превращаясь в постель. Опускающаяся перегородка между креслами, а также 17-дюймовый дисплей системы развлечений обеспечивают на борту новый уровень приватности и комфорта авиaperелета.

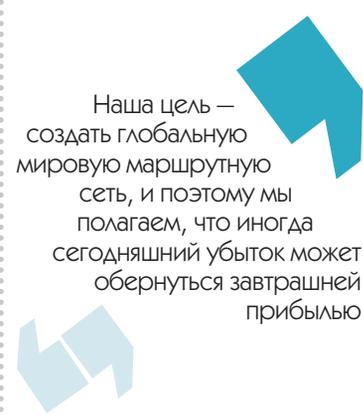
В 2015 году флот Korean Air пополнится 17 пассажирскими самолетами, в том числе четырьмя B747-8i, шестью B777-300ER, тремя A330-300 и четырьмя B737-800, а также двумя грузовыми воздушными судами — B747-8F и B777F.



«зимние» Санкт-Петербург и Иркутск, куда Korean Air летает сезонно, только летом. Что касается новых городов на карте России, где мы готовы приземляться, то первым из них мог бы стать Хабаровск — правда, в межправительственном соглашении его пока нет. Отмечу, что в настоящий момент Korean Air — единственная авиакомпания, предлагающая сервис первого класса на рейсах между Москвой, Санкт-Петербургом и Сеулом. Она является также единственным иностранным перевозчиком, выполняющим грузовые рейсы в Санкт-Петербург. Суммируя, можно сказать, что вступление в российскую систему взаиморасчетов на воздушном транспорте, планы по открытию новых рейсов в Россию, а также заключение спонсорского соглашения с Государственным Эрмитажем и его продление в 2015 году демонстрируют желание компании Korean Air и дальше развивать экономические и культурные связи между Россией и Южной Кореей.

**Ваш карьерный рост за 25 лет впечатляет: от рядового сотрудника отдела пассажирских перевозок до директора региональной штаб-квартиры. Что помогло вам подняться по карьерной лестнице? Что для вас самое важное в сегодняшней работе?**

Выпускники высших учебных заведений, приходя на работу в Korean Air, имеют равные возможности. В компании существует определенная система оценки сотрудников, и кроме профессионализма она учитывает то усердие, с которым ты выполняешь свою работу. Самое важное сегодня? Некоторым перевозчикам пришлось уйти из России — среди них такие признанные компании, как Cathay Pacific, Thai Airways, Delta. Главная задача сейчас — сохранить позиции Korean Air на рынке России и стран СНГ, и не только закрепить, но и расширить присутствие компании. **ТЕ**



Наша цель — создать глобальную мировую маршрутную сеть, и поэтому мы полагаем, что иногда сегодняшний убыток может обернуться завтрашней прибылью

**СПРАВКА О КОМПАНИИ**

Korean Air осуществляет свыше 430 рейсов в день между 129 городами в 46 странах, расположенных на пяти континентах. В штате авиакомпании числится более 20 тысяч высококвалифицированных сотрудников. Флот авиакомпании состоит из 159 самолетов, в том числе десяти крупнейших в мире серийных авиалайнеров A380. Международные перелеты Korean Air выполняются из аэропорта Сеула Инчхон, лучшего транзитного аэропорта мира 2015 года по версии престижной премии Skytrax World Airline Awards. Авиакомпания удостоена многих международных наград, в том числе Mercury Award, Cellars in the Sky и Top Operational Excellence.

Беседовал Геннадий Габриэлян



# Много шума из овербукинга

Пока сторонники и противники инициативы Минтранса об «официализации» овербукинга в авиаотрасли РФ ломают словесные «копья», эксперты констатируют: суть проблемы состоит лишь в том, насколько верно будут составлены «правила игры».

ТЕКСТ  
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

«**О**вербукинг нелегально существовал всегда», — утверждает генеральный директор холдинга «Випсервис» Дмитрий Горин.

По его словам, предлагаемый проект лишь закрепит на законодательном уровне то, что применяется на практике. «Овербукинг нельзя ни запретить, ни легализовать — это повседневная практика авиакомпаний», — говорит главный редактор «Авиатранспортного обозрения» Алексей Синецкий.

Эксперты уверены: крупные российские авиакомпании давно используют овербукинг в рамках системы Revenue Management System (RMS). «RMS появились более 20 лет назад, а сейчас их использование является необходимостью не только для крупных авиакомпаний, но и для небольших перевозчиков», — отмечает Олег Пантелеев, глава Аналитической службы агентства «АвиаПорт». По оценке компании Sabre, применение овербукинга в RMS приносит 2–3% дополнительного дохода, в то время как средняя рентабельность продаж в отрасли за последние 50 лет составляет 0,3–0,5%. Поэтому отсутствие овербукинга в авиаотрасли РФ —

не более чем миф, охотно поддерживаемый самими перевозчиками.

Почему же только сейчас овербукинг в РФ «всплыл» на законодательном уровне? По оценке президента Ассоциации эксплуатантов воздушного транспорта (АЭВТ) Владимира Тасуна, убытки российских авиакомпаний по итогам шести месяцев 2015 года составили не менее 30 млрд рублей. За пять месяцев общий пассажирооборот упал более чем на 7%, а международный — на 16,2% (по данным Росавиации). У некоторых крупных компаний пассажирооборот «просел» гораздо сильнее: у «ЮТэйр», например, он составляет лишь 62,7% к аналогичному периоду 2014 года. Пусть и немного (на 0,9%), но снизился и процент занятости пассажирских кресел (в среднем по гражданской авиации — до 75,8%). «Международные перевозки, генерирующие операционную прибыль, сокращаются, а внутренние, приносящие убытки, растут. Причем убытки, несмотря на примерно те же объемы перевозок, что и в прошлом году, растут как снежный ком», — замечает Владимир Тасун.

«Введение овербукинга повысит доходность авиакомпаний», — говорит генеральный директор Biletix.ru Александр Сизинцев. — Авиакомпании легально смогут продавать на 3–5% больше авиа-

СОГЛАСНО ЗАРУБЕЖНОЙ  
СТАТИСТИКЕ, ОДИН СЛУЧАЙ  
ОВЕРБУКИНГА ПРИХОДИТСЯ НА

**10** ТЫСЯЧ  
ПРОДАННЫХ АВИАБИЛЕТОВ

билетов, тем самым обеспечив себе по наиболее популярным направлениям заполняемость рейсов, близкую к 100%».

Однако появление намерений узаконить овербукинг тут же нашло как противников, так и сторонников. Причем и те и другие есть и в стане потребителей услуг, и среди самих перевозчиков.

Регулятор по поводу овербукинга пока высказываетесь очень осторожно: «Позиция Минтранса России будет сформирована по итогам общественного обсуждения проекта». Перевозчики более конкретны. И если инициатор «официализации» овербукинга «Аэрофлот» (а также примкнувшие к нему S7 и «ЮТэйр») уверен, что его появление оправданно и в интересах как перевозчиков, так и пассажиров, то в «Грансаэро» категорически против. «Подобная практика несправедлива по отношению к пассажирам, которые полностью выполнили все правила и условия регистрации, — говорят в компании. — У них есть такое же право улететь в назначенное время, как и у всех остальных пассажиров рейса».

Позицию пассажиров выразил Союз потребителей РФ: «Предложение разрешить овербукинг означает узаконить действия, нарушающие интересы потребителей. Ущерб, который может быть причинен пассажиру, оказавшемуся «лишним», зачастую не загладить никакой фиксированной выплатой».

Что касается сферы туризма, то мнения ее представителей разные — от полного неприятия до относительной поддержки на определенных условиях. Резко против, к примеру, выступает Татьяна Ванд, генеральный директор компании «Ванд», считающая, что «разрешать овербукинг — это преступление». «Совершенно неприемлемой» считает введение такой практики и Арам Антонян, генеральный директор компании «Болеро Тур». «В случае узакони-

МНЕНИЕ АВИАЭКСПЕРТА

**БОРИС РЫБАК,**  
исполнительный директор Infomost Consulting



Вероятное введение «официального» овербукинга в авиаотрасли РФ оцениваю положительно. И для перевозчиков, и для пассажиров. Первые с его помощью смогут увеличить загрузку рейсов и получить дополнительные доходы, а вторые — возможность на законной основе получить достаточно весомые компенсации или другие услуги. Если, конечно, все будет сделано правильно. Что касается сферы чартерных перевозок и блоков мест, которые используют туроператоры, то легализация овербукинга их интересы никоим образом не затронет: в этом случае они сами выступают в роли продавца и им попросту невыгодно реализовывать билеты отдельно от пакета иных туристических услуг.

вания овербукинга человек станет покупать, по сути, лотерейный билет с непонятными шансами на выигрыш», — констатирует и генеральный директор агентства Pososhok.ru Кирилл Фаминский.

Вместе с тем в Anex Tour внедрение овербукинга на регулярных рейсах считают логичным, а Дмитрий Горин добавляет, что «в законе должен быть детально прописан механизм компенсаций пассажирам, которые не смогли попасть на рейс». «Не вижу ничего страшного во введении «официального» авиаовербукинга, — соглашается Александр Сизинцев. — Главное при этом — не забывать о правах пассажиров и ввести комплекс мер по их дополнительной защите». К тому же и операторы, и «Аэрофлот» признают, что новинка вряд ли затронет интересы «массового» туризма, так как практически не касается чартерных перевозок и туроператорских блоков мест: в первую очередь она направлена на заполнение регулярных рейсов.

Эксперты уверены: если «сырой» вариант Минтранса «довести до ума» и четко определить права «лишнего» пассажира (а также и механизм его выявления), инструмент может работать даже в интере-



**ПРОЕКТ МИНТРАНСА ПРЕДПОЛАГАЕТ СЛЕДУЮЩИЕ КОМПЕНСАЦИИ ПРИ ОВЕРБУКИНГЕ:**

- если время задержки прибытия пассажира в аэропорт назначения более двух часов, но менее шести, объем компенсации составит 12 тысяч рублей;
- от 6-ти до 12-ти часов — 18 тысяч рублей;
- от 12-ти до 24 часов — 21 тысячу рублей;
- при ожидании вылета более суток — 28 тысяч рублей.

Авиакомпания обязана предложить пассажиру альтернативный маршрут: если он его устраивает, ему выплачивают только компенсацию, а если нет — и компенсацию, и стоимость авиабилета.



**В СЛУЧАЕ ОВЕРБУКИНГА ЕВРОПЕЙСКИЕ АВИАЛИНИИ ОБЯЗАНЫ ВЫПЛАТИТЬ КОМПЕНСАЦИЮ:**

- при полете на 1,5 тыс. км и менее — €250. Если предложенный взамен рейс прибывает всего на два часа позже запланированного, компенсация — в два раза меньше;
- при полете на 1,5–3,5 тыс. км — €400. Если время задержки прибытия пассажира альтернативным рейсом составляет не более трех часов, то компенсируют 50% суммы;
- в остальных случаях — €600. Если предложенный рейс прибывает на четыре часа (или менее) позже запланированного, то вдвое меньше.

Источник: Regulation No 261/2004 of the European Parliament.



**АВИАКОМПАНИИ, ОФИЦИАЛЬНО ПРИЗНАЮЩИЕ ОВЕРБУКИНГ, В СЛУЧАЕ ЕГО НАСТУПЛЕНИЯ ОБЯЗАНЫ:**

1. Вернуть стоимость билета или предложить альтернативный вариант в виде отправки ближайшим рейсом.
2. Предоставить те же услуги, что и в случае переноса/отмены рейса.
3. Предложить компенсацию в виде бонусов, скидок или повышения класса полета.

УБЫТКИ РОССИЙСКИХ АВИАКОМПАНИЙ



Источник: АЭВТ

## МНЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРА

**ДМИТРИЙ ФИЛАТОВСКИЙ,**  
коммерческий директор ICS Travel Group



Пассажиру овербукинг вряд ли может быть выгоден: скорее необходимо обсуждать условия, при которых его интересы не пострадают. Если овербукинг коснется пассажиров, использующих в составе турпакета регулярные рейсы, они должны быть обеспечены не только перелетом до места назначения (пусть даже и непрямым рейсом), но и как минимум трансфером до их отеля. Трансфер от аэропорта до курорта входит в состав турпакета и является оплаченной услугой, и в случае овербукинга авиакомпания должна организовать его к новому времени прилета (так как групповой уже состоится). Также авиакомпания должна быть готова компенсировать оплаченные сутки проживания в гостинице в случае, если альтернативный вариант перелета будет предложен на другую дату. Об успешности сотрудничества между операторами и перевозчиками можно говорить лишь в том случае, если авиакомпания будет запрашивать у оператора список оплаченных услуг, которые необходимо компенсировать пассажиру в связи с овербукингом, а также компенсировать туроператору «сгоревшие» места в его «жестком» блоке в случае их реализации авиакомпанией по более высокой цене.

сах клиента. «Овербукинг будет выгоден пассажирам, если они смогут получить существенную компенсацию», — уверен Александр Сизинцев.

При этом отсутствие в проекте предложений Минтранса формулировки овербукинга, а также наличие фраз об изменении условий договора «по инициативе перевозчика» и «перевозчик обязуется проинформировать пассажира об альтернативном варианте воздушной перевозки» вызывают неприятие.

Но главный камень преткновения — способ определения «лишних» пассажиров. В международной практике чаще всего здесь используют принцип добровольности: Lufthansa, например, заранее информирует клиентов о наличии «перегруза» и, с учетом системы компенсаций, предлагает им перенести полет на другое время. Система работает: добровольцы находятся. В США, где овербукинг официально используют уже больше 50 лет, их порой бывает даже больше, чем нужно. Но в России, с учетом ее специфики, есть серьезные опасения, что добровольцев станут назначать, отказывая пассажиру в выборе.

К тому же эксперты не уверены в том, что овербукинг как мера повышения эффективности воздушных пассажирских перевозок сработает. Во-первых, фактически он уже действует, а во-вторых, найти тонкую грань между «необходимо» и «достаточно» сложно. Если овербукингом будут недовольны пассажиры, это нанесет серьезный удар по имиджу перевозчика, а если авиакомпании — они уйдут в еще больший финансовый «минус». Ведь о получении каких-то существенных доходов после введения невозвратных билетов, появление которых так лоббировали перевозчики, что-то не слышно. А между прочим, в этом случае даже пустое кресло приносит им явную прибыль. **ТБ**

### ОВЕРБУКИНГ В ПАССАЖИРСКОЙ АВИАЦИИ РОССИИ

#### АРГУМЕНТЫ «ЗА»



- + легализация прав пассажиров на компенсации и бонусы в случае овербукинга
- + повышение заполняемости рейсов
- + снижение стоимости билетов (теоретически)

#### АРГУМЕНТЫ «ПРОТИВ»



- непрозрачный механизм определения «лишних» пассажиров
- малое число маршрутов с высокой частотой
- размытость системы компенсаций в случае наличия стыковочных рейсов и вхождения авиабилета в состав турпакета

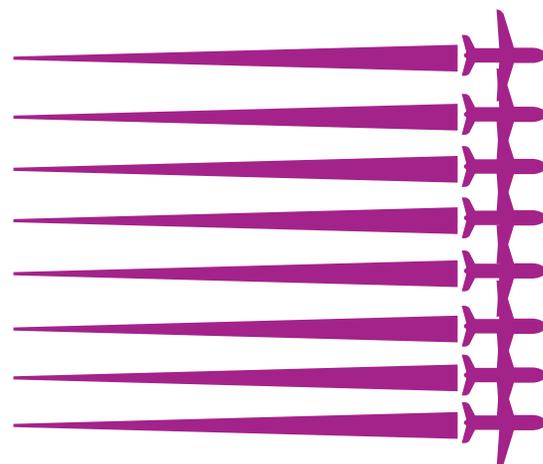
### ЗАНЯТОСТЬ КРЕСЕЛ В КРУПНЕЙШИХ АВИАКОМПАНИЯХ РФ ЗА ЯНВАРЬ — МАЙ 2015 Г. (международные и внутренние перевозки)

#### Авиапредприятие

#### Занятость пассажирских кресел, %

«Аэрофлот — российские авиалинии»	75,7	
«Трансаэро»	81,2	
«Сибирь»	73,8	
«ЮТэйр»	70,5	
«Россия»	69,7	
«Уральские авиалинии»	71,0	
«Оренбургские авиалинии»	67,3	
«Глобус»	71,7	
«Победа»	80,7	
«Северный ветер»	89,5	
В целом по гражданской авиации	75,8	

50,0 %





на правах рекламы

 Европа  
от руб. **15 100**  
ТУДА-ОБРАТНО

# моё РАНДЕВУ

С авиакомпанией myAustrian\*\* я летаю в более чем 100 городов Европы, таких как Париж, София или Венеция, через удобный аэропорт Вены

...  
the charming way to fly



A STAR ALLIANCE MEMBER 

Lufthansa Group

Накупите миль с Miles & More. Информация и бронирование по телефону 8 (495) 995 0 995, на сайте [www.austrian.com](http://www.austrian.com) и в Вашем туристическом агентстве. Стоимость перелета в рублях в обе стороны включает все налоги и сборы и может меняться в зависимости от курса валют. Количество мест ограничено. Применяются ограничения по тарифам.

\* мой Австрийские Лазарелли \*\* мой Австрийские Авиалетчики \*\*\* Ограниченный список перелетов

# И роскошь, и средство передвижения

«Гранд Экспресс» — это уникальный поезд, регулярно курсирующий между Москвой и Санкт-Петербургом. «Десять классов обслуживания, безупречный сервис, индивидуальный подход к каждому клиенту — настоящий «отель на колесах», — говорит АЛЕКСАНДР КРАХМАЛЕВ, начальник коммерческого отдела ЗАО ТК «Гранд Сервис Экспресс». В интервью «ТБ» он рассказал о преимуществах поезда и выгодных условиях сотрудничества для турфирм.



Вагон-ресторан «Ретрогранд»

Купе СВ «Первый класс»



**Как давно существует ваша компания, имеет ли она прямое отношение к «РЖД»?**

ЗАО ТК «Гранд Сервис Экспресс» — это первая в России частная компания, созданная в 2002 году и получившая официальную лицензию на право осуществления перевозок пассажиров железнодорожным транспортом. С ОАО «РЖД» мы многолетние партнеры, пользуемся железнодорожными путями и тягой. Сегодня наша компания выполняет ежедневные регулярные рейсы по маршруту Москва — Санкт-Петербург — Москва на поезде № 53/54 «Гранд Экспресс», который отличается высочайшим уровнем комфорта.

**Каковы основные преимущества поезда?**

В составе «Гранд Экспресса» — десять классов обслуживания: от класса «Эконом» (это классическое купе на четверых) до класса «Гранд Империл» (двухкомнатное купе с душевой кабиной, раковиной и туалетом). По предварительному запросу мы можем предоставить проезд в индивидуальных вагонах-салонах.

Мы предлагаем путешественникам высокоскоростной интернет, спутниковое и цифровое телевидение, свежую прессу, изысканные блюда

в вагоне-ресторане «Рестогранд». Всем пассажирам бесплатно предоставляем минеральную воду, чай и натуральный кофе, утром подаем горячий завтрак в купе. Находясь в поезде, пассажиры могут заказать трансфер. Данная услуга включена в стоимость билетов в первых восьми вагонах.

Заполнив анкету в поезде или на нашем сайте [www.grandexpress.ru](http://www.grandexpress.ru), любой пассажир может стать участником программы «Почетный путешественник» и накапливать баллы, которые потом можно потратить на приобретение билета, при расчетах в ресторане поезда или для участия в акциях. Еще одно преимущество «Гранд Экспресса» — удобное ночное расписание.

**Как строится ваша работа с турбизнесом?**

Мы сотрудничаем со многими туристическими компаниями. Бронируя и оплачивая билеты на «Гранд Экспресс» напрямую, можно не только не платить сервисные сборы, но и получать существенную скидку в зависимости от объемов продаж, услугу бронирования билетов без списков пассажиров, специальные тарифы для детей, премиальные билеты за выполнение планов, возможность срочной связи с персональным менеджером в нерабочее время, рекламную и информационную поддержку и многое другое.

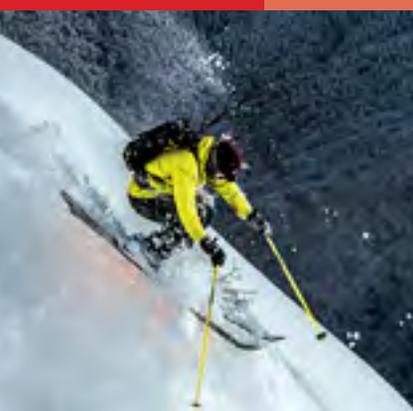
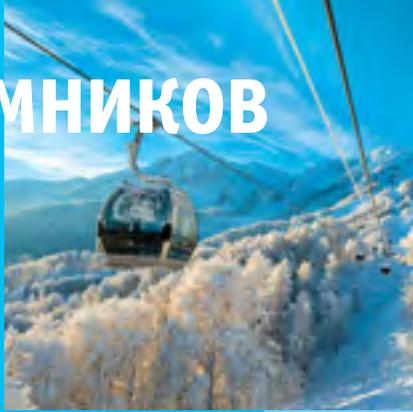
Туроператорам мы предлагаем фиксированные цены на весь год, гибкую систему скидок, индивидуальные условия для блочников, а также льготные билеты под совместные ознакомительные туры. Турагентам — повышенное комиссионное вознаграждение за объемы продаж. По агентской схеме сотрудничества бронирование билетов открывается за 45 дней до отправления поезда. Билетные кассы получают вознаграждение за каждый билет на поезд № 53/54, оформленный через любую систему бронирования.

«Гранд Сервис Экспресс» приглашает всех потенциальных партнеров к взаимовыгодному сотрудничеству. Мы независимая компания, с гибким и индивидуальным подходом к каждому пассажиру, к каждому партнеру. Добро пожаловать! **ТБ**



# 20 ПОДЪЕМНИКОВ

Современные подъемники от лучших мировых производителей всего за 40 минут поднимут Вас на высоту 2320 метров над уровнем моря, чтобы сначала полюбоваться завораживающими зимними видами гор, а потом начать свой спуск на лыжах или сноуборде



Если вы думаете, что горные лыжи и апрель – понятия несовместимые, приезжайте на курорт «Роза Хутор» и оцените все преимущества весеннего катания – солнечную погоду, мягкий снег, отличный сервис. У нас катаются с декабря до конца апреля!

# ДО 140 ДНЕЙ катания



## РОЗА ДОЛИНА 560 м

Нижняя станция курорта «Роза Хутор», куда приезжают все наши гости. Здесь сосредоточено большинство отелей, ресторанов, магазинов и других активностей курорта. Здесь же расположен главный символ курорта – Ратуша, сфотографироваться с которым должен каждый гость!



Пятизвездочный Radisson, уютные четырехзвездочные отели Park Inn, Mercure или Golden Tulip, комфортабельные трехзвездочные HelioPark и Tulip Inn, а может, вы предпочитаете жить в апартаментах Valsset? «Роза Хутор» предлагает самые разнообразные варианты размещения. Кроме того, три отеля расположены на высоте 1170 метров, в непосредственной близости от подъемников – Riders Lodge, Rosa Ski Inn и «ПриютПанды»

## 9 ОТЕЛЕЙ



## ДЕТСКИЙ КЛУБ

На курорте «Роза Хутор» в зимний период работает детский клуб для детей от 2 до 17 лет. Родители смогут оставить своих детей в надежных руках профессиональных педагогов и инструкторов по лыжам!



# 77 КМ ТРАСС

Сложные черные и красные трассы для опытных лыжников и сноубордистов, синие и зеленые спуски для начинающих катальщиков



## РОЗА ПИК 2320 м

Самая высокая точка курорта, доступная на подъемнике и расположенная на высоте 2320 метров над уровнем моря. Отсюда открываются потрясающие виды на Кавказские горы, а в ясную погоду можно увидеть Черное море.

**РОЗА ХУТОР**  
КУРОРТ

8-800-5000-555  
[rosaski.com](http://rosaski.com)



Те, кто уже уверенно стоит на лыжах или сноуборде, могут попробовать встать и на коньки на льду катка «Роза Хутор»

## КАТОК



## РЕСТОРАНЫ

После катания на горных лыжах или сноуборде необходимо восстановить силы. На курорте «Роза Хутор» открыто более 20 кафе и ресторанов, где гости могут попробовать блюда кавказской, советской, итальянской, европейской и других кухонь. Выбор за вами!

## ГОРНАЯ ОЛИМПИЙСКАЯ ДЕРЕВНЯ 1170 м

Совсем недавно здесь жили спортсмены — участники зимних Олимпийских игр, а теперь тут расположено несколько отелей, где останавливаются настоящие фанаты горных лыж и сноуборда. Не забудьте сфотографироваться на площади с флагами, где до сих пор сохранилась неповторимая олимпийская атмосфера!



# ГОТОВЬ СКИ-ПАССЫ ЗАРАНЕЕ!



**РАННЕЕ  
БРОНИРОВАНИЕ**

РАННЕЕ БРОНИРОВАНИЕ —  
ОТЛИЧНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ  
СЭКОНОМИТЬ НА ЗИМНЕМ ОТДЫХЕ!

Бронируйте проживание и сезонные ски-пассы  
на зимний сезон-2015/16  
со скидкой до 25% на [shop.rosaski.com](http://shop.rosaski.com)

8-800-5000-555  
[rosaski.com](http://rosaski.com)

Сочи, Адлерский р-н,  
п.Эстосадок, ул.Олимпийская, д.35

**РОЗА ХУТОР**  
КУРОРТ

# Национальные крылья Фиджи

Авиакомпания Fiji Airways уже более 60 лет соединяет Фиджи и южную часть Тихого океана с остальным миром. С 1971 по 2013 годы путешественники ее знали как Air Pacific.

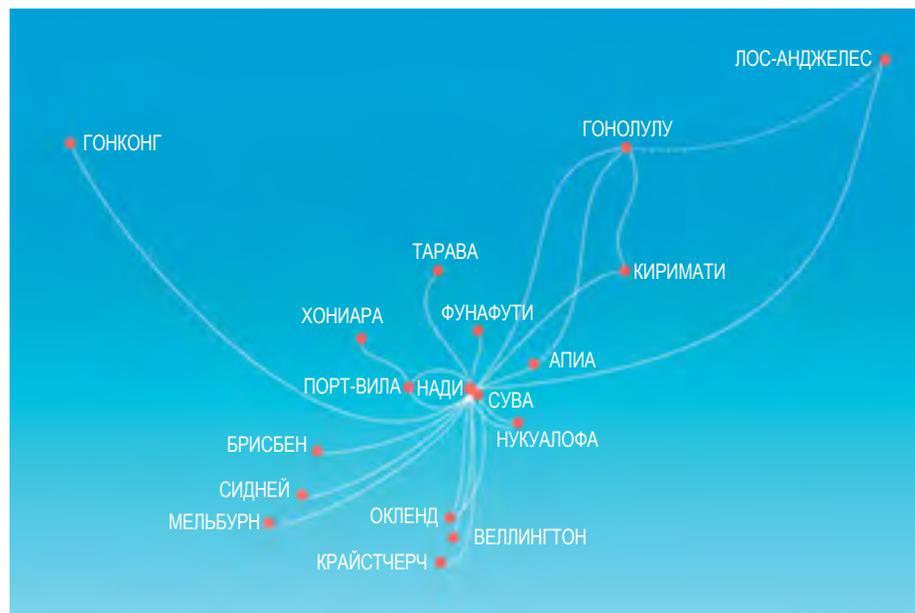
**Р**асполагая маршрутной сетью из 16 направлений в 10 странах, Fiji Airways через хаб в Нади (остров Вити-Леву) предоставляет удобный доступ к туристическим местам в Тихом океане. Авиакомпания выполняет прямые рейсы в Гонконг, США, Австралию и Новую Зеландию. Маршрутная сеть охватывает и все близлежащие тихоокеанские направления: Самоа, Тонга, Тувалу, Кирибати, Вануату и Соломоновы острова.

Перелеты из международного аэропорта Нади в США выполняются ежедневно, в Австралию — 25 раз в неделю, в Новую Зеландию — 18 раз в неделю.

Fiji Airways является партнером программы авиакомпании Qantas для часто летающих пассажиров, ее участники могут зарабатывать и тратить баллы, а также получать перелеты за свой статус в программе.

Парк авиакомпании состоит из широкофюзеляжных самолетов Airbus 330-200 (24 места в лайнере отведено под бизнес-класс), Boeing 737-700 и 737-800 (по 8 мест в бизнес-классе).

Внутри Фиджи надежное, комфортное и конкурентное по ценам обслуживание предлагает дочерняя авиакомпания Fiji Airways — Fiji Link. Она обеспечивает широкий выбор полетов в стыковке с международными рейсами. Парк Fiji Link состоит из самолетов ATR 72-600 (8 мест в бизнес-классе), ATR 42-600 и DHC6-300.



Лайнеры Fiji Airways и Fiji Link расписаны национальными художественными мотивами и неизменно притягивают взгляды путешественников, привлекая тем самым их внимание к островам Фиджи. Традиционный рисунок символизирует духовные ценности народа Фиджи, его дружелюбие и гостеприимство. В центре композиции изображен бриллиант, передающий любовь, которую несет авиакомпания по отношению к Фиджи и своим пассажирам. **TE**



Больше информации на сайте авиакомпании:  
[www.fiji Airways.com](http://www.fiji Airways.com)

Рай ждёт тебя  
Fiji Airways уже более 60 лет с гордостью соединяет Фиджи с остальным миром.



РЕКЛАМА



За более подробными сведениями и свежей информацией по тарифам и расписанию связывайтесь с нами по электронной почте [europa@fiji Airways.com](mailto:europa@fiji Airways.com) или по телефону +35623981111. Для бронирования билетов на Fiji Airways звоните: +6793304388.



# Два мира — одна система

Выходя полгода назад на российский рынок, онлайн-туроператор United Travel делал особый упор на «раскрутку» динамического пакетирования, хотя в системе можно забронировать любую услугу отдельно. Пришелся ли по нраву турагентам инновационный продукт? Исполнительный директор United Travel ГЕННАДИЙ КОСАРЕВ рассказал о достижениях компании и представил технологические новинки.



## Какие туристические услуги предпочитают бронировать агентства?

Мы изначально говорили: агентствам нужно время на то, чтобы «распробовать» динамическое пакетирование. На текущий момент соотношение динамических пакетов к бронированию отдельных туристических сервисов составляет примерно 1 к 5.

Агентства охотно берут у нас авиабилеты — с помощью нашей единой платформы бронирования им открыт доступ к тарифам сотен авиакомпаний и в собственных контрактах нет нужды. Особенно активны региональные агентства. Если Москва изобилует разнообразной перевозкой практически под любое желание клиента, то в регионах выбор невелик, туристам предлагаются либо вылеты из Москвы, либо местная авиаперевозка. А все мы прекрасно понимаем, что из-за сворачивания представительств крупных туроператоров в городах России региональные чартерные программы скудеют. В отличие от конкурентов, наша система бронирования дает агенту полноценный инструмент для подбора перевозки и удобных стыковок, поэтому рост продаж билетного сегмента вполне объясним.

Что касается бронирования отелей — здесь наша статистика, скорее всего, совпадет с картиной сезонных продаж среднестатистического мульти-туроператора. Лидируют Турция и Россия, отмечу стабильный спрос на европейские направления и Юго-Восточную Азию. Здесь тоже многое зависит от географической привязки агентства. Например, Дальний Восток очень активно берет у нас отели и трансферы в ЮВА или, например, Южной Корее. Не ослабел и интерес к внутреннему туризму: хорошо бронируются черноморские курорты и, конечно же, города-мегаполисы — Санкт-Петербург и Казань.

## Если рассматривать динамические пакеты — какие направления самые востребованные?

Давайте начнем со столь любимой россиянами Турции — здесь мы в состоянии составить конкуренцию крупным игрокам рынка и вот почему.

Во-первых, можно забронировать пакет с любым вариантом перевозки. Например, если клиент хочет лететь «Аэрофлотом», но у традиционных туроператоров нет блоков и пакетные туры не рассчитаны, — то у нас в системе можно найти любые варианты. Плюс у нас есть конфиденциальные тарифы от Turkish Airlines, которые можно бронировать только в пакете. Также в нашей системе представлен чартерный контент — выбор действительно широк. Еще отмечу, что классические туроператоры закладывают большую маржу в высокий сезон, в то время как наша маржа минимальна. И, рассчитав у нас динамические пакеты, агентства понимают выгоду.

Очень интересно наблюдать тенденции продаж по направлениям, где нет чартерной перевозки: по Австрии, Германии или даже Южной Корее. Многие агентства уже поняли разницу между бронированием услуг по отдельности и специальными «пакетными» тарифами и теперь с энтузиазмом составляют динамические пакеты для своих клиентов.

#### **А есть ли какие-то технологические нововведения по динамическим пакетам?**

Да, например, сейчас можно забронировать пакет с более коротким периодом проживания, чем даты вылета–возврата — кстати, это очень удобно для построения сложных и комбинированных туров. Допустим, хочет турист полететь в Вену на пять дней и приплюсовать еще пару-тройку дней в Зальцбурге — бронируйте пакет с нужным количеством дней и обратным вылетом через неделю и как дополнительную услугу добавляйте в этот же заказ проживание в Зальцбурге. Если бронировать каждую услугу отдельно, получается дороже, чем единый заказ с пакетными ценами. Надо пользоваться таким преимуществом!

#### **Какими еще новинками порадуете пользователей?**

Во-первых, мы постоянно увеличиваем продуктовый ассортимент — за прошедшие полгода мы подключили 11 новых провайдеров, в том числе и локальные DMC. Во-вторых, серьезно проработан и полностью русифицирован мэппинг. Это система, отвечающая за нахождение региона, города или отеля согласно поисковому запросу. Допустим, мы ищем проживание в Венеции — наша система бронирования должна найти и показать по этому городу все доступные предложения от поставщиков. Поскольку у наших партнеров названия городов могут быть написаны по-разному (у одного по-английски Venice, у другого по-немецки Venedig, у третьего по-итальянски Venezia и т.д.), их нужно было синхронизировать так, чтобы поисковая выдача учитывала все доступные варианты.

Также усилена система фильтров, позволяющая работать с результатом поисковой выдачи, — словом, проведена полная адаптация под требования ответственного пользователя, берите и пользуйтесь.

#### **Какие вопросы чаще всего волнуют агентов?**

##### **С какими сложностями они сталкиваются?**

В первую очередь агентства волнует финансовая ответственность онлайн-проектов — ведь продажи через международные системы онлайн-бронирования отдельных услуг чаще всего находятся вне зоны государственного регулирования, и агентству все возможные проблемы приходится решать собственными силами. В нашем случае все иначе. United Travel — полноценный туроператор, имеющий российское юридическое лицо, фингарантию, членство в IATA и ТКП, следовательно, мы полностью отвечаем за качественный отдых ваших туристов.

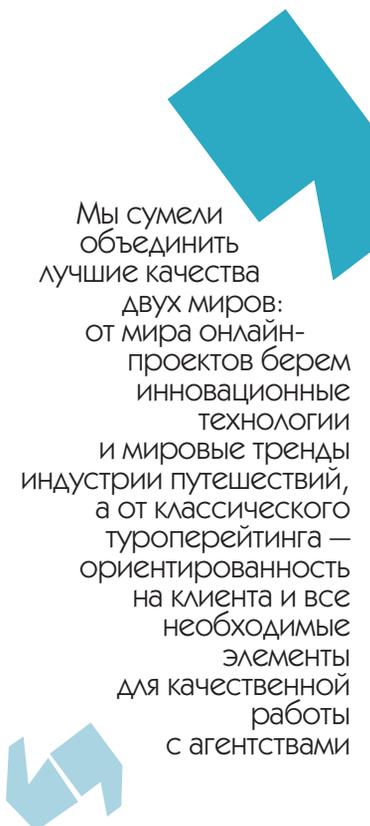
Еще один важный вопрос — оплата, особенно для срочных «штрафных» бронирований. В этом вопросе мы стараемся быть максимально гибкими и предлагаем различные варианты: через платежные терминалы, банковский перевод, оплату с депозита и даже доверительный платеж — отсрочку оплаты бронирования для агентств, имеющих хорошую историю работы с нами.

И, конечно, при всех бесспорных преимуществах онлайн-агентства нуждаются в полноценной поддержке со стороны туроператора — и мы ее оказываем. У нас есть собственный круглосуточный колл-центр для агентств, мы проводим обучающие семинары и вебинары, тематические мероприятия по новинкам, всевозможные акции, действуют бонусные программы. Команда департамента по работе с агентствами готова оказать помощь на всех этапах — от регистрации в системе до подсказок по сложным многосоставным бронированиям.

Мы сумели объединить лучшие качества двух миров: от мира онлайн-проектов берем инновационные технологии и мировые тренды индустрии путешествий, а от классического туроперейтинга — ориентированность на клиента и все необходимые элементы для качественной работы с агентствами.

На данный момент к нашей системе подключились около 1000 турагентств и небольших туроператоров. До 50% продаж дает Москва и Московская область, очень активно работают Ростов-на-Дону, Краснодар, Казань, Нижний Новгород, Санкт-Петербург, Тюмень. То есть именно те города, где мы проводили семинары и мастер-классы, в том числе и благодаря workshop «Турбизнес».

На эту осень мы планируем столь же активную программу региональных поездок. Приходите к нам на стенды, участвуйте в семинарах и вебинарах, подключайтесь к системе и зарабатывайте. **ТБ**



Мы сумели объединить лучшие качества двух миров: от мира онлайн-проектов берем инновационные технологии и мировые тренды индустрии путешествий, а от классического туроперейтинга — ориентированность на клиента и все необходимые элементы для качественной работы с агентствами

# В ногу со временем

Все больше туроператоров предлагают услугу покупки тура онлайн на своем сайте. На сегодняшний день ее реализуют такие игроки, как «Пегас Туристик», Tez Tour, «НТК Интурист», «Натали Турс». Они стремятся быть в тренде, но ставку на онлайн пока не делают. Исключение — «TUI Россия». Туроператор амбициозно заявляет, что через пять лет хочет продавать 30% туров в интернете.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

**В** Tez Tour констатируют: популярность онлайн-бронирований туров показывает высокую динамику роста. «Мы считаем это направление перспективным и рассчитываем, что доля наших онлайн-продаж будет увеличиваться. Но пока продажи пакетных туров происходят в офлайне. Это связано с тем, что туристу необходимы консультации и помощь менеджера, чтобы определиться с выбором направления, отеля и выяснить все до мельчайших подробностей», — комментирует PR-директор туроператора Лариса Аханова.

Иван Слюсарев, руководитель отдела маркетинга компании «Слетать.ру», согласен, что сейчас туристам привычнее прийти в ближайшее турагентство и забронировать тур там, передав деньги «живому» менеджеру, который объяснит им все детали поездки и развеет сомнения. «На данном этапе говорить о заметной доле онлайн-оплаты туров в России не представляется возможным, и скорее всего, ситуация кардинально не изменится в ближайшие два-три года», — считает эксперт.

Однако постепенно ситуация все же меняется. В «TUI Россия» отмечают, что если пару лет назад люди боялись покупать туры онлайн, то сейчас привыкают к тому, что пакетный тур также можно без проблем забронировать в интернете. В 2013 году доля онлайн-продаж туроператора составила все-

С начала года **62%** клиентов, забронировавших туры онлайн, оформили их полностью самостоятельно (без звонков в call-центр и без использования формы обратной связи). В мае этот показатель составил **62%**, в июне — **66%**, в начале июля — **70%**

Источник: «TUI Россия»

Примерно **60%** покупателей — женщины от **25 до 35 лет**

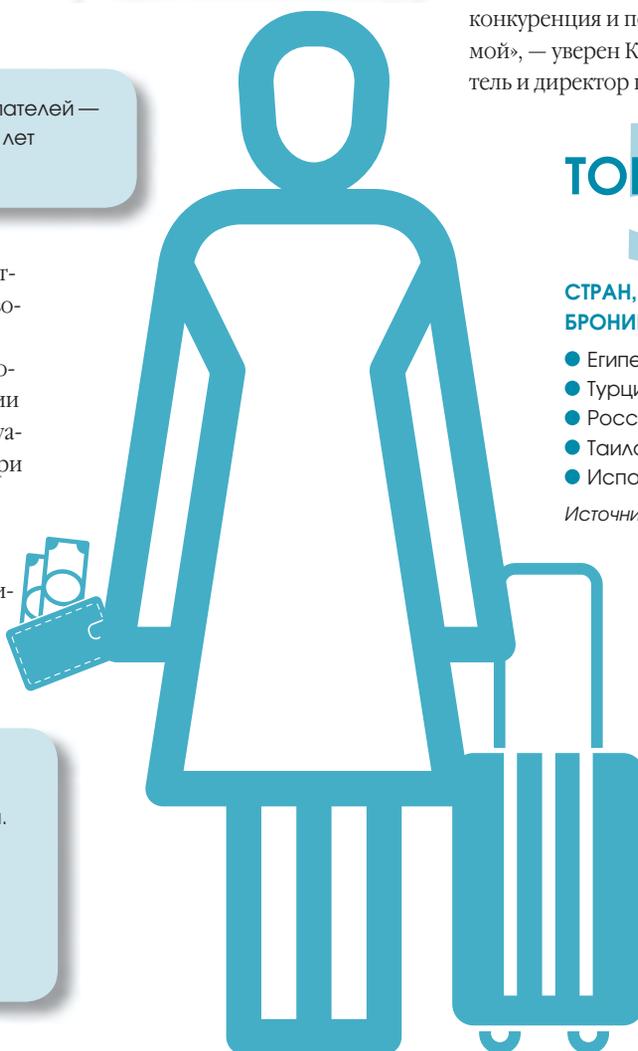
Источник: Onlinetours.ru

**Средний чек** (стоимость тура на двух человек) составляет порядка **60–75 тысяч рублей** в зависимости от сезона. Около **25%** клиентов предпочитают приехать в офис для покупки тура, а **75%** оплачивают тур банковской картой через интернет

Источник: Onlinetours.ru

го 3%. В 2014 году — уже 5%. С января по апрель нынешнего года она выросла до 10%.

«Онлайн-сегмент будет медленно, но верно отвоевывать свою долю у офлайна. Сейчас на долю онлайн-агентств приходится около 1% от всего рынка туров, с учетом онлайн-продаж крупных офлайн-игроков эта цифра возрастает максимум до 4%. Но как только эта доля достигнет 10–15%, начнется следующий этап развития рынка: появятся новые сильные игроки, усилится конкуренция и покупка туров онлайн станет нормой», — уверен Константин Победкин, сооснователь и директор по продукту Onlinetours.ru. [TE](#)



ТОП 5

СТРАН, КУДА ЧАЩЕ ВСЕГО БРОНИРУЮТ ТУРЫ ОНЛАЙН

- Египет
- Турция
- Россия
- Таиланд
- Испания/Кипр

Источник: «Слетать.ру»

ТОП 5

ГОРОДОВ, ГДЕ ТУРИСТЫ НЕ БОЯТСЯ ПОКУПАТЬ ТУРЫ ОНЛАЙН

- Москва
- Санкт-Петербург
- Екатеринбург
- Краснодар
- Новосибирск/Ростов-на-Дону/ Самара/Уфа

Источник: «Слетать.ру»

AUTÉNTICA  
Cuba  
AUTENTICACUBA.COM

ЗАГЛЯНИ  
ЗА ГОРИЗОНТ!

ОТДЫХАЙ ПО СВОИМ ПРАВИЛАМ



# Есть такая работа...

За последние несколько лет субагентский бизнес холдинга «Випсервис» претерпел заметные изменения. Но впереди его снова ждут реформы. О том, каких вершин хочет достичь крупнейший в России билетный консолидатор, в интервью «ТБ» рассказала директор субагентского блока ИРИНА СОЛОВЬЕВА, ранее занимавшая должность директора по работе с клиентами.

**К**ак случилось, что управляющим субагентским бизнесом стал специалист, который в своей жизни не выписал ни одного авиационного или железнодорожного билета, не организовал ни одной деловой поездки и не продал ни одного туристического пакета?

Да, это вечная дискуссия: должен руководитель вырасти до директора из прораба или быть «генералистом», то есть уметь управлять людьми без глубокого знания специфики отрасли. В маленьких и средних компаниях и сам владелец может быть классным билетным кассиром или технологом, и все сотрудники умеют делать почти всё. Бизнес-процессы несложные, сотрудников мало, обмен информацией между ними простой и эффективный, бюрократия и формализация — минимальны. Этакая большая семья.

В компании размера и уровня «Випсервиса» появляются иные задачи, сама функция управления требует профессиональной подготовки и опыта.

Я недавно заглядывала в свою трудовую книжку: первая запись о назначении на должность генерального директора появилась в ней, когда мне было 23 года.

И с тех пор я только один раз была не генеральным, а директором по работе с клиентами. Поскольку за это время я управляла компаниями разных индустрий — реклама, консалтинг, разработка программного обеспечения — склоняюсь к мысли, что руководитель —



## ДОСЬЕ «ТБ»

**Ирина Соловьева** в апреле 2015 года назначена управляющим директором субагентского бизнеса холдинга «Випсервис». До этого с июля 2013-го работала в холдинге директором по работе с клиентами. В качестве консультанта по брендингу сотрудничала с компаниями РЖД, «Ингосстрах», Армянские железные дороги, баскетбольный клуб «Локомотив», Superjob. Работала региональным представителем компании Interbrand Zintzmeier & Lux по России, Беларуси, Украине, Казахстану. Образование и квалификация: Институт повышения квалификации, специализация «Оценка бизнеса»; EMBA, Университет Антверпена, Школа менеджмента; Московский педагогический университет им. Ленина, преподаватель иностранных языков.

**Награды и отличия:** глобальный конкурс REBRAND 2014 и 2011; награда европейского конкурса TRANSFORMATION 2013; включена в рейтинг 200 лучших маркетинговых директоров России Ассоциации менеджеров России (2002 и 2003).

это не награда прорабу за выслугу лет, а абсолютно отдельная работа. Безусловно, легче, когда ты обладаешь экспертной властью, то есть можешь выписать билет в трех системах бронирования. Но я видела много случаев успешного руководства, когда управленец набирался экспертной власти непосредственно в процессе работы.

С холдингом «Випсервис» я начала сотрудничество в 2011 году как консультант по брендингу. Результатом стали два отмеченных несколькими европейскими и глобальными профессиональными наградами проекта — ребрендинг Biletix.ru и самого холдинга. Затем внедрение нового бренда — и проектная работа переросла в постоянную.

#### **А чем вам приходится управлять? Что такое субагентский бизнес «Випсервиса»?**

Субагентский бизнес «Випсервиса» — это 65–70% оборота холдинга. Это продажи, маркетинг и поддержка субагентов. Это основная ключевая компетенция, сердце и мозг холдинга. Место сосредоточения большинства материальных, а главное — нематериальных активов: отличные специалисты, обширная клиентская база, длительные связи с поставщиками, бренд, основные технологические решения в области продажи пассажирских перевозок. Моя задача все это сохранить и приумножить, осуществив ряд важных бизнес-реформ.

#### **В чем заключаются эти реформы?**

Если коротко, то от хорошего — к лучшему. Труднее всего заниматься улучшениями в компании, которая даже в худшие времена оставалась финансово успешной, лидером в своем сегменте. Но внешние изменения требуют постоянной адаптации, а значит, гибкости и эффективности процессов, снижения доли ручного труда, быстрой обучаемости и взаимозаменяемости персонала, а главное — новой идеологии и клиентоориентированного мышления.

Я знаю, что в глазах внешнего окружения «Випсервис» и его субагентский бизнес сильно изменились за последние несколько лет. Мы дали рынку очень важное обещание, что будем работать так, чтобы нас выбирали сердцем, и очень стараемся его выполнять. Но одного намерения для этого недостаточно. Всё — люди, процессы, технологии — должно быть подчинено выполнению данного обещания. А это новые регламенты, новые операционные взаимодействия, перекраивание привычных систем мотивации, приемов и связей, вплоть до изменения организационной структуры и смены ключевой компетенции.

#### **Реформы невозможны без стратегии.**

#### **На чем основывается ваша?**

Я верю, что стратегия — это не оплаченный консультантам пятисотстраничный документ. Это четкая цель в голове, страсть к изменениям в сердце

и воля пройти через все преграды для достижения цели, которую считаешь достойной. На сегодня моя стратегия уместается на одной странице А4, в ней всего восемь пунктов, но это минимум два-три года реализации.

Опорными понятиями этого документа являются снижение издержек за счет доавтоматизации процессов, работа над повышением доходности, повышение роли маркетинга в ежедневных операциях, стирание междепартаментных границ, которые мешают проектной работе.

#### **Для реализации реформ необходима поддержка. На что или на кого вы опираетесь?**

Прежде всего на акционеров. В моем понимании, мы столь успешны именно потому, что остаемся частной компанией, принадлежащей двум очень достойным и успешным людям. Они мыслят и действуют «в длинную», они могут принимать решения, которые менее интересны им финансово сейчас, но полезны и необходимы для компании с точки зрения долгосрочной перспективы. Те, кто пустил к себе инвесторов, знают, что поневоле становишься заложником их финансовых ожиданий и контроля над бизнесом.

Вторая важная группа — мои коллеги. Меня окружают настоящие профессионалы и просто очень хорошие люди: Дмитрий Горин — генеральный директор холдинга, Анна Кузнецова — управляющий директор корпоративного блока, Александр Сизинцев — глава и душа Biletix.ru, Ольга Леонова — управляющий директор и директор по туризму. Все мы отвечаем за бизнес, каждый из нас решал или решает похожие задачи. Мои коллеги начали изменения много раньше и добились серьезных рыночных результатов. Теперь подошло время и субагентского бизнеса.

И, конечно же, сотрудники. Это только кажется, что конечная цель реформ — это доходность или финансовый результат. Конечная цель — это правильное мышление сотрудника. Именно оно — главный источник хорошего финансового результата в компании без осязаемого продукта, коим является субагентский бизнес холдинга.

#### **А как вы представляете себе результат изменений?**

В этом году нам исполняется 20 лет. Уверена, что к 25-летию мы из большого билетчика превратимся в большого провайдера технологических решений в области продажи пассажирских перевозок. Мы не перестанем заниматься консолидацией, это важный инструмент роста для нас, но перейдем в новую стадию — консолидацию консолидаторов. Мы станем еще более открытой и профессиональной компанией, важнейшими активами которой будут знания, технологии и бренд. **ТБ**

#### СПРАВКА «ТБ»

**Холдинг «Випсервис»** основан в 1993 году. Крупнейший российский консолидатор по продаже авиационных и железнодорожных билетов, а также туристических и сопутствующих услуг «Випсервис» объединяет в сеть более 10 000 субагентов. Холдинг является агентом «номер 1» национальных перевозчиков «Аэрофлот» и РЖД. Холдинг сегодня — это более восьми видов бизнеса: субагентская сеть, корпоративное туристическое обслуживание, билетное онлайн-агентство, учебный центр. В качестве оператора «Випсервис» управляет федеральной сетью сервисных центров по бронированию авиационных и железнодорожных перевозок, а также сетью бюджетных гостиниц. С 2007 года в холдинге развивается собственный гостиничный бизнес. Представительства холдинга располагаются в 10 городах Российской Федерации: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Иркутск, Ижевск, Краснодар, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Пермь, Тюмень. Ежегодно по проездным документам, выписанным при участии холдинга, летают почти восемь миллионов пассажиров. Также «Випсервис» продает более трех с половиной миллионов железнодорожных билетов в год.

[www.vipservice.ru](http://www.vipservice.ru)



**Випсервис**

# Попутный ветер перемен

В последние годы число сетевых отелей в российских регионах непрерывно росло. Новые гостиницы появлялись и на курортах, но большая их часть ориентирована на бизнес-клиентов. Эксперты рассказали «ТБ», как эти отели выживают в условиях снижения турпотока из-за рубежа и кризиса в корпоративном сегменте.

ТЕКСТ  
АННА ЮРЬЕВА

Согласно данным Росстата, в 2014 году количество иностранных туристов уменьшилось на 3% и составило 2,583 млн человек. При этом цифры туроператоров разнятся с официальной статистикой: так, Ассоциация туроператоров России (АТОР) сообщает о сокращении потока иностранных туристов в 2014 году на 30–35%.

## ГОД ПОТЕРЬ

Российские отельеры ощущают заметное снижение числа иностранных гостей с конца 2014 года. Причем, если рассматривать структуру спроса, то, по словам генерального директора Accor Hotel Services в России, Грузии и СНГ Алексиса Делароффа, наибольший спад продаж пришелся на сектор корпоративных клиентов. «Из-за непростой геополитической обстановки больше всего пострадал сегмент международных деловых путешествий», — отмечает он. В то же время, по словам эксперта, заметно уменьшилось и количество зарубежных туристических групп.

В сложившейся ситуации особенно сильно страдают городские отели, ориентированные на бизнес-туризм. На их доходы влияет не только снижение въездного турпотока, но и вызванное кризисом сокращение бюджетов компаний на корпоративные мероприятия. «Компании сокращают бюджеты на обучение, участие в мероприятиях, тренингах, форумах, что ведет к значительному сокращению MICE-сегмента», — говорит Наталия Розенблюм, партнер компании Hospitality Income Consulting.

В результате 2014 год отельеры завершили с серьезными потерями. «Многие отели не досчитались 30% чистой операционной прибыли по сравнению с 2013 годом», — рассказывает Елена Лысенкова, генеральный директор Hospitality Income Consulting.

## ЗАГРУЗКА НА УРОВНЕ

Число поездок по России растет на фоне сокращения въезда иностранных гостей



и выезда россиян за рубеж. По оценке главы Ростуризма Олега Сафонова, в конце 2014 — начале 2015 года рост внутреннего туризма составил 30–40%.

Опрошенные «ТБ» представители гостиничных операторов подтверждают рост внутреннего и снижение иностранного спроса в структуре продаж региональных отелей. «Турпоток иностранных туристов снизился в целом на 7% из-за сокращения бизнеса иностранных компаний в России», — говорит Евгений Бугровский, директор по управлению отелями сети Heliopark Hotels & Resorts.

«Основную часть турпотока в отели Azimut Hotels в России формируют российские путешественники. По данным за первые два квартала 2015 года, их доля составила от 50 до 85% от общего объема туристов в зависимости от региона. Результаты первого полугодия демонстрируют рост общесетевого показателя загрузки на 5% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года. Этот показатель во многом обеспечен растущим внутренним спросом», — рассказывает директор по продажам и управлению доходами по России и СНГ Azimut Hotels Андрей Смирнов.

Рост доли туристов из российских регионов помогает гостиницам возвращаться к «докризисным» показателям. Например, Holiday Inn Samara, относящийся к сети гостиничного оператора InterContinental Hotels Group, принял в первом полугодии 2015 года на 20% больше российских туристов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Доля россиян в отеле сейчас составляет 80% от общего числа клиентов. «К концу первого полугодия отель вышел на уровень аналогичного периода 2014 года по всем трем основным параметрам — заполняемости номерного фонда, средней цене номера и показателю доходности на номер», — говорит Ремко Герритсен, вице-президент по операционным вопросам IHG в России, СНГ и Грузии.

## БИЗНЕС ГОРОДА БЕРЕТ

Турпоток в большинство российских городов формируется за счет деловых поездок, в этой сфере произошло своего рода «импортозамещение». «Количество деловых поездок иностранных граждан сократилось, в то же время увеличился внутренний бизнес-поток. В первую очередь это повлияло на показатели городских отелей», — рассказывает Андрей Смирнов.

В IHG также отмечают увеличение интенсивности деловых поездок между регионами. «Большую часть гостей Самары составляют бизнес-туристы, на них приходится 95% туристического потока», — говорит Ремко Герритсен.

Для некоторых направлений самыми частыми остаются гости из столицы. «На регионах, в част-

ности на Новосибирске, снижение потока туристов из зарубежных стран не отразилось. Традиционно основной поток туристов составляют приезжие из Москвы и в незначительной степени гости из прочих российских городов, — считает Александр Хабалашвили, директор по продажам и маркетингу отеля Novosibirsk Marriott. — Новосибирск — это бизнес-направление с соответствующей спецификой гостиничного рынка».

## РЕЗУЛЬТАТЫ «ОЛИМПИЙСКОГО» УРОВНЯ

Безусловно, рост внутреннего спроса затронул не только деловые центры страны. «Трендом 2015 года стало повышение интереса российского туриста к ранее традиционным направлениям для внутренних поездок — это Санкт-Петербург, Сочи, Кострома, Нижний Новгород. Пик загрузки приходится на выходные дни и государственные праздники», — отмечает представитель Azimut Hotels Андрей Смирнов.

«Нельзя не сказать об увеличении внутреннего турпотока на российские курорты. Зимой большим спросом пользовался курорт Роза Хутор в Сочи, летом мы наблюдаем ажиотаж вокруг нашего отеля Heliopark Nebug в Туапсинском районе. В основном к нам приезжают индивидуальные гости, в загородных отелях сети устойчивый спрос на свадьбы и дни рождения», — говорит Евгений Бугровский.

Зимний сезон 2014–2015 стал первым «коммерческим» сезоном горного кластера Сочи — Красной Поляны. По данным компании Jones Lang LaSalle, загрузка отелей составила 58% в январе и 71% в феврале, то есть рынок смог удержать показатели олимпийского уровня. «Во время новогодних каникул наш отель, Radisson Blu Resort & Congress, Сочи, был максимально заполнен, — рассказывает генеральный менеджер отеля Мехди Морад. — Среди гостей были и те, кто обычно путешествовал в Европу, чтобы покататься на лыжах, и те, кто просто хотел отдохнуть от зимы в теплых краях».

На период летних отпусков аналитики прогнозировали загрузку качественных сетевых отелей на уровне 70%. При этом мэр Сочи Анатолий Пахомов уже весной заявлял, что реализовано порядка 90% путевок в Сочи на лето. По его мнению, в пиковые периоды гостиницы города будут заполнены на 92%.

По данным туроператоров, загрузка держится на уровне 70%, подтверждая прогнозы аналитиков, однако подводить итоги рано.

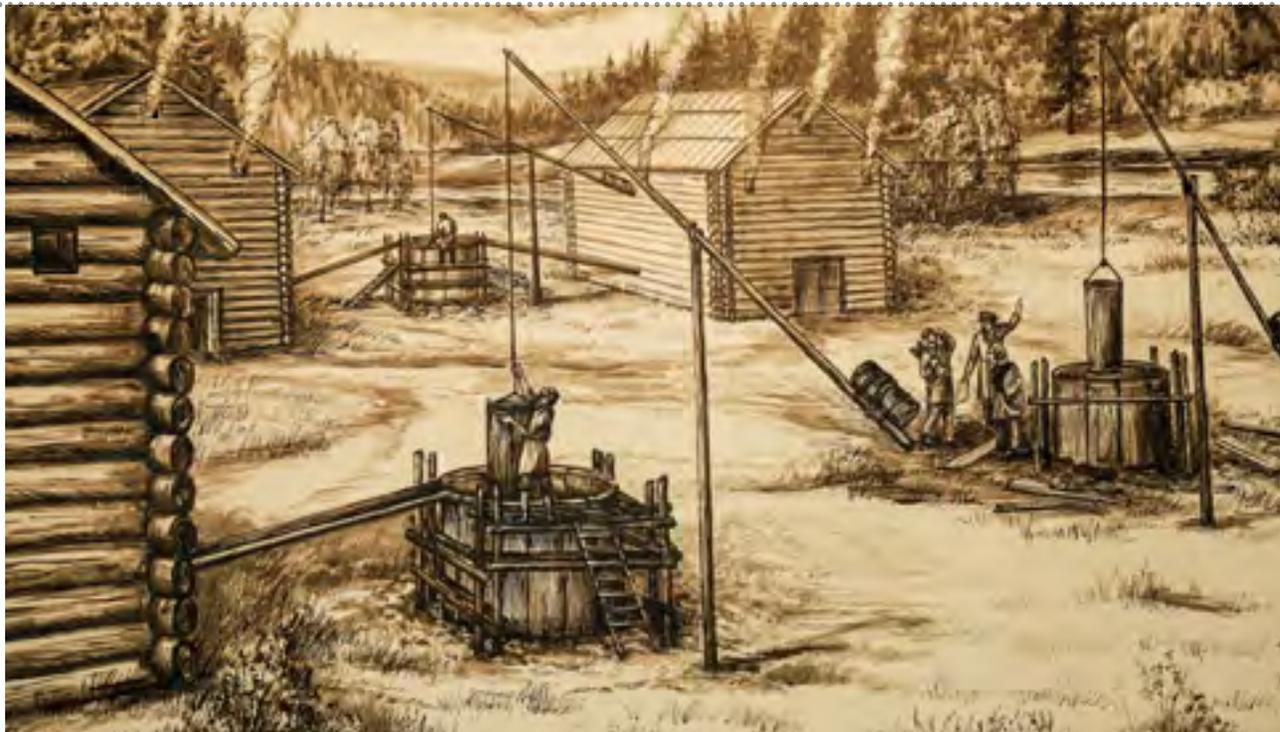
Опрошенные «ТБ» отельеры констатируют: спрос существенно вырос. «Результаты первого полугодия 2015 года значительно опережают результаты 2014 года. Мы наблюдаем рост спроса по всем сегментам», — рассказывает Андрей Смирнов. **ТБ**



Количество деловых поездок иностранных граждан сократилось, в то же время увеличился внутренний бизнес-поток. В первую очередь это повлияло на показатели городских отелей

## АНДРЕЙ СМИРНОВ

директор по продажам и управлению доходами по России и СНГ Azimut Hotels



# Соль земли русской

На туристическом логотипе Пермского края изображен разноцветный «ограниченный» медведь. Действительно, здесь представлены едва ли не все возможные грани туризма. Регион заслуживает внимания самых разных категорий путешественников, туроператоров и инвесторов.

ТЕКСТ ЛАРИСА МАРТЫНОВА  
ФОТО ВАЛЕРИЙ ВОРОБЬЕВ/  
РАСО-ПЕРМЬ



Пресс-тур «Генеалогическое древо Пермского края — от основания до наших дней» стал частью кампании по продвижению проекта «Пермь Великая» и был организован Пермским представительством Российской ассоциации по связям с общественностью при поддержке Министерства физической культуры и спорта Пермского края

**Т**уристический проект «Пермь Великая» включен в федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)». Его реализация начнется в 2016 году.

Павел Лях, министр физической культуры и спорта Пермского края, рассказывает: «Весь Пермский край сегодня можно назвать площадкой для развития туризма. Нет одной точки роста, одного ключевого объекта». Разрабатываются маршруты,

в том числе для всесезонных проектов, развивается и совершенствуется инфраструктура.

Природа края — бескрайние леса, живописные горы, тысячи рек — способствует развитию активного и эко-туризма. Здесь есть практически все: история и культура, речные круизы и полеты на аэростатах, оздоровительные и паломнические туры, охота и скалолазание, гастрономические праздники и фестивали ремесел.

В Перми работает туристский информационный центр, в 2015 году открылись два его филиала — в Кунгуре и Соликамске.

## Белое золото России. Соликамск

**НЕЛЬЗЯ ПРОПУСТИТЬ** Центральный архитектурный ансамбль, Людмилинская скважина, Музей истории соли, Мемориальный ботанический сад Г.А. Демидова

**ТУРЫ И ЭКСКУРСИИ** «Легенды и были Соли Камской», «Бабиновская дорога», «Зеленая линия Соликамска»; межмуниципальные маршруты «Здесь вся соль!» (Соликамск — Усолье — Березники), «Романовы и Верхнекамье» (Ныроб — Чердынь — Соликамск — Усолье), «Верхнекамье. ГУЛаг» (Красновишерск — Чердынь — Соликамск — Березники)

По архитектурному наследию Соликамск сравним с Владимиром и Суздалем. Объекты его Центрального архитектурного ансамбля отданы под музеи: например, в Доме воеводы и в Свято-Троицком соборе располагаются экспозиции Краеведческого музея, в Богоявленской церкви — Музей древнерусского искусства. У Соборной колокольни установлен верстовой столб, символ начала Государевой (Бабиновской) дороги, открытой в 1597 году. На протяжении почти двух веков это был единственный надежный и кратчайший путь из Московии в Сибирь, мост между Европой и Азией. В Соликамске более 100 памятни-

## Чусовой. Люди и история



**НЕЛЬЗЯ ПРОПУСТИТЬ** Парк-музей истории реки Чусовой, горнолыжный комплекс «Огонек», Литературный музей им. В.П. Астафьева, Дом-музей В.П. Астафьева, памятник скважине «Бабушка пермской нефти»



**ТУРЫ И ЭКСКУРСИИ** «Линия Астафьева», «Пермь-36», водный и горнолыжный туризм

Парк-музей истории реки Чусовой возник в 1986 году на окраине города благодаря энтузиазму Леонарда Постникова, руководителя спортшколы «Огонек». Вдоль импровизированной деревенской улочки выстроились церковь XVI века, пожарное депо, избы, кузница, магазин, мельницы, амбары, колодцы. Все строения свезены сюда из разных уголков Прикамья или же воссозданы по образцам. Помещения обставлены предметами русского быта. Разностилевые памятники, встречающиеся на этой улочке на каждом шагу, напоминают о событиях и людях, связанных с Пермским краем и рекой Чусовой. Среди них Ермак и Александр Суворов, Александр Грин и Аркадий Гайдар, поэт и авиатор Василий Каменский и спортсмен Сергей Щуплецов. Есть памятник жертвам ГУЛАГа и памятник песне «Уральская рябинушка».



ков архитектуры, истории и культуры. В 2014 году город принял более 94 тысяч туристов и экскурсантов.

История этих мест тесно связана с солью. Ее добыча — самая первая и самая крупная отрасль России XVII века. Тогда в Соли Камской вываривали 70% объема производства соли в стране — до 7 млн пудов в год. Соленосов узнавали по ушам, распухшим от воздействия соли, отсюда и пошло прозвище «Пермяк — солёны уши».

Усть-Боровской солеваренный завод — уникальный памятник промышленной деревянной архитектуры, построенный в конце XIX века и проработавший почти сто лет по технологии, не менявшейся с XVII века.

Сейчас это Музей истории соли, где проводятся экскурсии по производственным объектам, фестивали («Огни Гефеста», например), квесты и тимбилдинги.

На соликамской земле были найдены первые малахиты, построен первый медеплавильный завод, добыты первые калий и магний в России, заложен первый в этих широтах ботанический сад... Сейчас Соликамск — отправная точка ряда маршрутов по северу Прикамья.



## Черное золото. Губаха



**НЕЛЬЗЯ ПРОПУСТИТЬ** Музей Кизеловского угольного бассейна, гора Крестовая, Холодный лог, горнолыжный центр «Губаха», Каменный город (пос. Усьва), Усьвинские столбы и горнолыжный туризм



**ТУРЫ И ЭКСКУРСИИ** Сплавы по рекам, спелеология

Город Губаха расположен в центре Кизеловского угольного бассейна (КУБ). Музей КУБа рассказывает о происхождении камня с горючим камнем истории края. В этих местах десятки пещер, доступных для исследования. Внутри некоторых можно увидеть «горное сало», подземные озера и даже следы первобытных стоянок. С Каменным городом связана печальная легенда о добром короле, его незрячей дочери и злом волшебнике. Посреди густых уральских лесов здесь «живут» Большая и Малая Черепахи. Крыса, Тюлень и другие «заколдованные» огромные камни.



## Чердынь — княгиня гор



**НЕЛЬЗЯ ПРОПУСТИТЬ** Чердынский краеведческий музей им. А.С. Пушкина, Выставочный зал, Музей истории веры, Иоанно-Богословский мужской монастырь, Троицкий холм



**ТУРЫ И ЭКСКУРСИИ** «Пермь Великая — Чердынь», «По пути ныробского узника»: фототуры, вертолетные туры

Чердынь, стоящая на семи холмах на реке Колве, в XV—XVII веках была столицей Перми Великой, крепкой богатой территории в Российской империи, расположенной к западу от Урала. Сейчас этот небольшой город на севере Пермского края, тихий и провинциальный, принимает в год до 60 тысяч туристов. Многие узнали о нем благодаря роману Алексея Иванова «Сердце Пармы, или Чердынь — княгиня гор». Чердынский краеведческий музей им. А.С. Пушкина — одно из немногих мест в мире, где представлено знаменитое культовое литье Урала — изделия Пермского звериного стиля, в которых узнаваемы образы человека, животных, птиц и фантастических существ. Самый ценный экспонат Выставочного зала (филиал краеведческого музея) — оковы Михаила Романова, в которых его содержали во время ссылки в 1601–1602 годах в деревне Ныробка Чердынского уезда.





## ТОП 5 СОБЫТИЙ

### ОГОНЬ, ЗЕМЛЯ И НЕБО

- Авиационный фестиваль «Крылья Пармы» (Пермь)
- Фестиваль воздухоплавания «Небесная ярмарка» (Кунгур)
- Ландшафтный театралный фестиваль «Тайны горы Крестовой» (Губаха)
- Фестиваль кузнечного мастерства «Огни Гефеста» (Соликамск)
- Этноландшафтный фестиваль «Зов Пармы» (Чердынь)

## Кунгур. Чайная столица

**НЕЛЬЗЯ ПРОПУСТИТЬ** Исторический центр, Музей истории купечества, храмы; Кунгурская ледяная пещера (с. Филипповка), Белогорский Свято-Николаевский миссионерский мужской монастырь (Белая гора, с. Калинино)

**ТУРЫ И ЭКСКУРСИИ** «Самоварный край», «Кунгур купеческий», «Тайны и были Соборной площади», «Тайна пермского рифа» (на камень Ермак); путешествия в Молёбскую аномальную зону; агротуризм

Уникальный памятник природы, бренд России — знаменитую Кунгурскую ледяную пещеру — ежегодно посещает более 100 тысяч туристов. Среди первых жителей кунгурских земель называют Ермака, зимовавшего, по легенде, в этой пещере с соратниками. Во время экскурсии по тропе длиной 1,5 км гости «ледяного царства» видят сталактиты и сталагмиты, гроты и озера, органые трубы и огромные залы, образовавшиеся на месте Великого Пермского моря. Проводятся тематические экскурсии, корпоративные и развлекательные мероприятия.



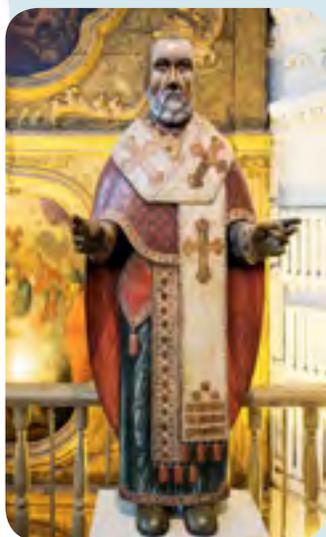
Но прогулка по пещере — это далеко не все, за чем стоит ехать в старинный купеческий город Кунгур, основанный в 1663 году и считавшийся в XIX веке «чайной столицей» Российской империи. Почти 20% мировой и 80% российской торговли чаем проходило через местных купцов, а «чайным королем России» считали М.И. Грибушину, почетного гражданина города. Во многом благодаря Грибушину Россия заняла второе место в мире по потреблению чая на душу населения и стал распространен самовар, будущий бренд России.

Это живой город-музей, очень ухоженный и красивый. Органично выглядит на улицах Кунгура и современная городская скульптура: «Пуп Земли», «Никита-летун», Памятник самовару. **TE**

## Пермь — значит первая

**НЕЛЬЗЯ ПРОПУСТИТЬ** Пермская государственная художественная галерея, Музей пермских древностей, Пермский краеведческий музей (Дом Мешкова), Музей пермской нефти, Театр оперы и балета им. П.И. Чайковского, Мемориальный музей С.П. Дягилева, Дом Грибушина, Музей истории мотовилихинских заводов, PERMM, Пермские ворота

**ТУРЫ И ЭКСКУРСИИ** «Красная линия», «Зеленая линия»; речные круизы, водные прогулки и тематические сплавы по рекам края; пешие походы; архитектурно-этнографический музей «Хохловка» (40 км); туры по Пермскому краю



Один факт, говорящий о многом: на открытой площадке возле Музея истории мотовилихинских заводов стоит самая большая в мире 20-дюймовая литая чугунная пушка. Только ее ствол весит больше, чем вся московская Царь-пушка вместе с лафетом, к тому же пермская была боевым орудием, из нее было сделано более трехсот выстрелов. Много ли туристов об этом знает? Пермская государственная художественная галерея хранит около 50 000 произведений искусства XV–XX веков, включая картины известных русских и западноевро-

пейских мастеров. Гордость галереи — около 400 «пермских богов». Это коллекция Пермской деревянной скульптуры XVII — начала XX века, собранная в основном в районах края. Отдельного внимания заслуживает Музей пермской нефти, знакомящий с историей края через судьбы ученых, геологов и нефтяников. Современный и интерактивный — эти слова отлично характеризуют Музей пермских древностей, напоминающий мамонтом, найденным в 1927 году в Пермском крае, и впечатляющей коллекцией древних ящеров и динозавров. О Перми знает весь мир — шотландский ученый Родерик Мурчисон, проехавший 20 000 км по Европейской части России и Уралу в 1840–1841 годах для изучения горных пород, назвал Пермским целый геологический период! Пора и россиянам познакомиться с ней поближе.



Подробности в интернете:  
[www.vizitperm.ru](http://www.vizitperm.ru)



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

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ

• УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

# РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ

12<sup>й</sup>  
ВЫПУСК

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

ТИРАЖ:

**10 тыс. экз.**

ВЫХОД ИЗДАНИЯ:

**март 2016 г.**

### РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, TMC- и PCO-компаний (5000 адресов)
- на выставках ITB (Берлин), IMEX (Франкфурт), MITT (Москва), MIBEXPO (Москва), WTM (Лондон), EIBTM (Барселона)
- на специализированных workshop (АНТОР-MICE, MICE Forum и др.) и региональных workshop «Турбизнес» в России и странах СНГ
- на конференции WTM Vision, на деловых мероприятиях для MICE-компаний
- на церемонии вручения наград Russian Business Travel & MICE Award

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

conference.ru

БИЗНЕС-ТРАВЕЛ  
BUSINESS TRAVEL

Турбизнес  
МЕДИАТЕЛСКИЙ ДОМ • 1997 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В КАТАЛОГЕ

тел./факс: (495) 723-7272

Анастасия Пшеничная | e-mail: [catalog@tourbus.ru](mailto:catalog@tourbus.ru)

РЕКЛАМА



## КАК ДОБРАТЬСЯ:

Авиакомпания «Аэрофлот» выполняет прямые рейсы из Москвы в Малагу (около пяти часов полета), откуда до Сьерра-Невады — всего полтора часа пути по прекрасному шоссе.

Снежные склоны Сьерра-Невады



# Горные склоны с видом на Африку

Даже те российские туристы, которые не раз отдыхали на юге Испании, подчас не догадываются, что всего в 20 километрах от цветущих набережных популярных морских курортов Андалусии можно кататься на лыжах. Здесь, среди самых высоких гор континентальной части Испании, в Национальном биосферном заповеднике Сьерра-Невада, находятся самые южные европейские горнолыжные склоны, с верхних точек которых в хорошую погоду отлично виден североафриканский берег.

ТЕКСТ  
МИХАИЛ ШУГАЕВ

**Т**рассы Сьерра-Невады лежат на высоте около 2100 метров, что обеспечивает устойчивый снежный покров пять месяцев в году — с декабря по конец апреля. Здесь 120 прекрасно оснащенных горнолыжных спусков для всех категорий лыжников: 18 зеленых трасс, 42 синих, 53 красных и семь черных. Самая протяженная из трасс — Aquila, ее длина более шести километров. При этом постоянный снежный покров обеспечивают 353 «снежные пушки». О высочайшем качестве трасс говорит и тот факт, что практически ежегодно здесь проводятся профессиональные спортивные состязания международного уровня. Так, например, в этом году Сьерра-Невада уже принимала участников и гостей Всемирной универсиады-2015.

К горным вершинам туристов поднимают 22 подъемника (два из них — гондольного типа), рассчитанные на 48 тысяч горнолыжников в час. Овладеть навыками горнолыжного мастерства можно в 15-ти спортивных школах, где в сезон работает около 400 инструкторов, в том числе и русскоязычные. Стоимость проката оборудования составляет

около 25 евро в сутки, ски-пасса на все склоны — около 40 евро в сутки.

Обычно туристы останавливаются в расположенном у подножия горных вершин городке Прадоляно, состоящем из отелей, апартаментов, пунктов проката спортивного инвентаря, горнолыжных школ, а также многочисленных ресторанов, баров, кафе и дискотек. На самом курорте в гостиницах уровня от 2 до 5\* и апартаментах насчитывается сейчас 4883 места. Еще почти 22 тысячи мест обеспечивает инфраструктура расположенной в 32 км от курорта Гранады. Отдыхающие на зимнем курорте непременно выбирают этот великолепный город для экскурсионных поездок.

Пока что большинство высококлассных отелей Прадоляно открыты только в зимний сезон. Однако, по словам местных отельеров, они сейчас активно работают над превращением Сьерра-Невады в круглогодичное направление. Вместе с возможностями для проведения здесь летом всевозможных конференций и деловых встреч здесь организуются летние трассы для любителей горных велосипедов. Еще одна идея — организовывать на курорте в летний период тест-драйвы новых моделей

ОКОЛО **80%**  
РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ  
БРОНИРУЮТ ОТДЫХ  
НА КУРОРТЕ СЬЕРРА-НЕВАДА  
САМОСТОЯТЕЛЬНО,

**20%**  
ПРИ ПОМОЩИ ТУРОПЕРАТОРОВ

### ПЛЯЖИ У ПОДНОЖИЯ ГОР

Ближайший к горнолыжным склонам Сьерра-Невады курортный регион **Коста-Тропикаль** — самое теплое средиземноморское побережье Испании со среднегодовой температурой +20°C, прекрасными песчаными пляжами и плантациями тропических фруктов. В его уютных курортных городках можно встретить и финикийские некрополи, и римские акведуки, и белоснежные стены, которые были возведены в эпоху правления арабов.

Местный курорт **Мотриль** привлекает сотни тысяч туристов в год своими семью пляжами общей протяженностью около 20 км, многие из которых отмечены Голубым флагом Евросоюза за чистоту и качество оказываемых услуг. Самые известные из них — **Плайя-де-Гранада**, где расположена летняя резиденция испанского монарха, и **Плайя-де-ла-Хойя**, популярный среди молодежи, предпочитающей активный образ жизни.

Курорт **Салобренья**, чьи белоснежные стены были построены еще во времена арабского правления, известен своими прекрасными песчаными пляжами Эль-Пенон и Ла-Гвардиа. Со времен мавров в городке сохранилась и живописная крепость, которая была построена для защиты города от постоянных набегов пиратов.

Наконец, современный курортный город **Альмуньекар** на самой границе побережий Коста-Тропикаль и Коста-дель-Соль также привлекает своими 26 пляжами общей протяженностью 19 км (самый известный из них — пляж Св. Христофора), массой развлечений и бурной ночной жизнью.



### ПОСЛЕДНИЙ ОПЛОТ МАВРОВ

Над древней **Гранадой**, чья история начинается около 500 года до н.э., некогда властвовали и римляне, и финикийцы, и варвары. Мавры захватили город в 772 году и правили здесь до 1492 года, когда последний арабский повелитель Гранады Боабдиль капитулировал перед испанской короной и передал этот последний оплот ислама на полуострове королеве, легендарной Изабелле Кастильской.

Именно эпоха арабского владычества подарила Гранадe памятник истории и архитектуры мирового значения — знаменитый дворец Альгамбра с его бесчисленными резными залами, фонтанами, украшенными арабской вязью арками и стройными колоннами. Все это великолепие мавританской архитектуры окружено кипарисовыми аллеями и апельсиновыми рощами, а сквозь традиционные узорчатые окна открывается захватывающий вид на белоснежные городские стены и покрытые вечными снегами горные вершины. Летом, несмотря на палящий зной, залы Альгамбры заполнены любопытными туристами, а вот весна и зима, когда на склонах Сьерра-Невады разгар горнолыжного сезона, здесь лучшее время для встречи с настоящей восточной сказкой.



Коста-Тропикаль — побережье, расположенное ближе всего к склонам Сьерра-Невады

автомобилей крупнейших мировых производителей. Впрочем, и в традиционной зимней инфраструктуре курорта ежегодно появляется немало новинок. Так, в снежном парке Сьерра-Невады появилась самая протяженная на континенте трасса для слоуп-стайла, самый большой в Испании круглогодичный хаф-пайп, новый детский спуск с морской тематикой «Эль Мар» и многое другое.

В новом сезоне здесь обещают еще больше интересных новинок, предназначенных в том числе и для наших туристов, которых на этих раскаленных от солнца снежных склонах очень ждут.

### САМЫЕ ДОРОГИЕ ГОСТИ

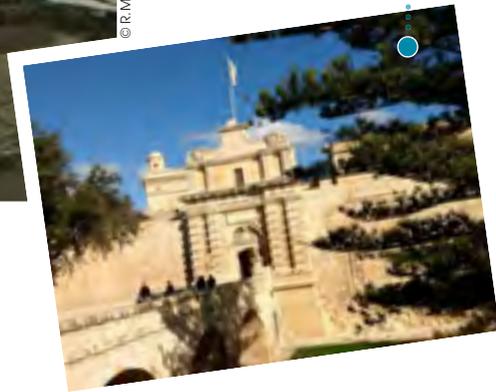
Как считает Энрике Мартин-Арагон, генеральный менеджер отеля Vincci Selección Rumaykiyuа 5\*, нынешний финансовый кризис в России не внес особых корректив в предпочтения российских туристов, приезжающих в Сьерра-Неваду. В основном это семьи, выбирающие размещение в больших комфортабельных отелях уровня 4–5\* со спа-комплексами. При этом около 80% российских туристов сегодня бронируют отдых на курорте самостоятельно, и лишь 20% — при помощи туроператоров, прежде всего «Натали Турс».

«В период последних новогодних праздников около 60% наших постояльцев были россиянами. Ваших туристов отличает очень хорошая подготовка к путешествию — они заранее изучают не только отель, где будут жить, но и особенности горнолыжных трасс, выбирают наиболее интересные экскурсии и самые популярные рестораны, — рассказывает Энрике Мартин-Арагон. — При этом они очень требовательны — часто выбирают самое лучшее вино или заказывают поездки по горным дорогам на спортивных автомобилях. Но нам очень приятно работать именно с такими клиентами». **ТБ**



Старая столица Мальты с высоты птичьего полета

Главные ворота Мдины



# Часы, показывающие Средневековье

Мальта — страна-энциклопедия, каждая страница которой представляет собой бесценное архитектурное наследие. Одну главу этого издания занимает город Мдина, древняя столица Мальты и ее самый загадочный населенный пункт.

ТЕКСТ  
СВЕТЛАНА КОНОВАЛОВА

Взобравшись на высокий плоский холм и словно отгородившись от остального мира, Мдина бережно хранит и свято чтит законы и обычаи давно канувших в Лету эпох. Здесь живут представители самых древних на Мальте родов. Чего только стоит история старейшего среди них — семейства Ингуанес, которая началась еще в XIV в. В городе много величественных зданий, вокруг которых лабиринтом петляют узкие улочки, всегда полные туристов. Все они приезжают сюда, чтобы узнать о яркой истории Мдины, ее поверьях и легендах, а также увидеть потрясающей красоты достопримечательности.

## ШАЛОСТИ ВРЕМЕНИ

Некогда Мдина была небольшим поселением, да и имя носила другое. Около 800 лет до н. э. финикийцы построили стену вокруг деревеньки и назвали ее Малет (убежище). Римляне переименовали место в Мелит. Арабы укрепили город и дали ему название Мдина (город, окруженный стенами), однако за стеной остался пригород Рабат.

В конце XIV в. в Мдине было организовано первое местное правительство — Университа, в которое входили знать и духовенство. В 1429 г. испанский король Альфонс V даровал Мдине титул Citta Notabile — Благородный город — за то, что он не покорился арабским пиратам.

Когда рыцари Ордена появились на Мальте, они стали называть Мдину Старым городом. Нельзя сказать, что местные аристократы с радостью встретили пришельцев. Между ними был заключен договор об автономии Мдины, и каждый Великий магистр специально прибывал в город, где торжественно подтверждал свои обязательства по соглашению и получал ключи от Главных ворот.

С появлением Валлетты Мдина утратила свое значение. Конец формальной политической независимости города положили британцы, которых мальтийцы призвали на помощь в борьбе с французами. Они распустили городской совет и установили на острове строго централизованное правление. После этого, окончательно сойдя с политической сцены, Мдина превратилась в «город тишины»,



По улочкам «города тишины» можно прокатиться в карете

которым она является и поныне: сегодня в городе живет всего несколько сотен человек.

### ВСЬ ГОРОД — МУЗЕЙ

Попасть в Мдину можно через одни из трех ворот: Главные с украшением в виде герба Великого Магистра, Греческие (как говорят, через них разрешалось проходить только рабам) и Новые городские, или Западные, бывшие некогда проломом в стене, который сделали горожане, чтобы сократить путь к вокзалу (находился неподалеку от Мдины до 1931 г.).

По соседству с Главными воротами стоит сторожевая башня Torre dello Stendardo. До недавнего времени здесь располагался полицейский участок. Рядом можно заметить лестницу, ведущую вниз. По этим ступенькам турист придет в самое страшное место города — темницу Мдины. Сейчас здесь расположен Музей пыток. Оковы, сохранившиеся на стенах надписи, оставленные узниками, орудия пыток, восковые фигуры, изображающие страдания людей... От здешней экспозиции кровь стынет в жилах.

В Мдине находится церковь Св. Агаты, покровительницы Мальты. По преданию, во время гонения на первых христиан святая укрылась от преследования в этом месте. А уже в XV веке здесь был построен храм в ее честь.

Самая значимая достопримечательность города — собор Св. Павла, расположенный на одноименной площади. Считается, что на этом месте встретились первый епископ Мальты и апостол Павел, который попал на остров в результате кораблекрушения. Множество предметов интерьера собора — фламандские фрески, картины, гравюры, купель из ирландского дерева — были «позаимствованы» из древней норманнской церкви, которая стояла на этом месте, но была разрушена землетрясением.

### В ТЕНИ ВЕЛИЧЕСТВЕННОГО СОСЕДА

Отделившись от Мдины при арабском владычестве, Рабат со временем стал превосходить по

площади город за крепостной стеной. Сегодня это современный мальтийский город с множеством кафе, ресторанов и гостиниц. Он разительно отличается от средневекового собрата, однако и здесь найдется на что посмотреть. В Рабате можно отправиться в Музей античной и римской истории, где выставлены различные предметы римской эпохи и даже мозаики, церковь Св. Павла, расположенную рядом с гротом, где он нашел первое убежище на острове, или катакомбы, в которых были обнаружены человеческие захоронения, датируемые V в. **ТЕ**



Подробности в интернете: [www.malta.ru](http://www.malta.ru)

## БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

## БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

## БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

- ✦ Легко добраться
- ✦ Исключительный выбор мест размещения
- ✦ Солнце 300 дней в году
- ✦ Столица Валлетта - объект культурного наследия ЮНЕСКО и культурная столица Европы 2018
- ✦ «Голубой Голос» - исключительный рай
- ✦ Безвизовый отдых

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

<p><b>ICS TRAVEL GROUP</b> (495) 007076 М «ТУТЬСХАР» (495) 748-4847 (м.) <a href="http://www.icstrvl.ru">www.icstrvl.ru</a></p>	<p><b>БИБЛИО ГЛОБУС</b> (495) 011110 М «ЛУБЯНКА», «СЕМЕНОВСКАЯ» (495) 504-2555 <a href="http://www.biblionet.ru">www.biblionet.ru</a></p>	<p><b>ВАНД БОРЖ</b> (495) 014881 М «ТВОРСКАЯ» (495) 730-3081 <a href="http://www.vand.ru">www.vand.ru</a></p>	<p><b>ДИАЛОГ</b> (495) 010304 М «РАДОНЕЖСКОЕ» (495) 730-2022 (м.) <a href="http://www.maltareort.ru">www.maltareort.ru</a></p>
<p><b>ИНСАЙТ-ЛАНГВА</b> (495) 008602 М «НОВОСЛОБОДСКАЯ» (495) 795-0822 <a href="http://www.i-l.ru">www.i-l.ru</a></p>	<p><b>ТК МЕЛИТА</b> (495) 011036 М «АРБАТСКАЯ» (495) 411-9032 <a href="http://www.maltatour.ru">www.maltatour.ru</a></p>	<p><b>МИЛЕНИУМ БОРЖ</b> (495) 011228 М «САБЕЛОВСКАЯ» (495) 480-8033 <a href="http://www.mvopage.ru">www.mvopage.ru</a></p>	<p><b>НАТАЛИ ТУРС</b> (495) 008087 М «БАРКОВСКАЯ» (495) 730-56-00 <a href="http://www.natalie-tours.ru">www.natalie-tours.ru</a></p>
<p><b>СТБ ТУРС</b> (495) 008600 М «ДОСТОЕВСКАЯ» (495) 789-8779 <a href="http://www.stbtours.ru">www.stbtours.ru</a></p>	<p><b>ТРАВЕЛМАРТ</b> (495) 011680 М «ТАГАНСКАЯ» (495) 535-8330 <a href="http://www.mymalta.ru">www.mymalta.ru</a></p>		

Мальта - не просто отдых!  
**MALTA IS MORE**  
[www.visitmalta.com](http://www.visitmalta.com)

РЕКЛАМА



**İZMİR UNIVERSITY**  
MEDICAL CENTER



## За лечением — в Измир

Все знают, что Турция — самое популярное массовое направление в туризме. Однако не всем известно, что Турция — это третья быстроразвивающаяся экономика в мире, по экономическим показателям она входит в первую десятку в Европе. Также Турция лидирует в области фармацевтики, медицины и здравоохранения. Здесь есть возможность не только прекрасно и недорого отдохнуть, но и укрепить здоровье: пройти диагностику во время отпуска или получить эффективное лечение без больших денежных затрат. При идентичном качестве услуг лечение в Турции обходится дешевле, чем, например, в Израиле.



**У**ниверситетская клиника «Медикал Парк» находится в сказочном Измире. Это третий по величине город Турции после Стамбула и Анкары, с населением 4 061 107 человек. Он расположен на западе страны, на берегу Измирского залива.

У древнего Измира богатая история. На его территории находился античный город Смирна, церковь которого фигурирует в откровении Иоанна Богослова как одна из церквей Апокалипсиса.

«Медикал Парк» был открыт в 2011 году. Поводом для основания центра, в котором возможно было бы выполнять трансплантацию органов, послужила пересадка печени Заферу Бекену, будущему главному врачу клиники, в 2006 году.

Площадь клиники составляет 45 600 кв. м. Число пациентов за четыре года составило 1,5 миллиона, было проведено 45 000 операций. В 2014 году было произведено шесть пересадок почки, в 2015 — пока 4 пересадки;

25 пересадок печени было сделано в 2014 году, в 2015 — 10, три пересадки было осуществлено детям.

Услуги клиники сертифицированы. Международный сертификат JCI выдан Объединенной комиссией по аккредитации организаций в сфере здравоохранения (JCAHO). Это базирующаяся в США некоммерческая организация, которая контролирует стандарты качества медицинского обслуживания в разных странах в целях обеспечения безопасности пациентов всего мира. Второй сертификат — KalDer — это внутренний сертификат качества медицинских услуг, который в Турции, помимо «Медикал Парка», имеет еще только одна клиника.

В клинике работают высококвалифицированные специалисты, профессора, светила в своих направлениях, которые получили медицинское образование в Европе и в США. Здесь собрано новейшее высокотехнологичное оборудование и используются самые инновационные методики лечения.

Пациенты, прибывшие на лечение, могут проживать в отелях в центре города или в комфортабельных апартаментах возле клиники.

«Медикал Парк» — клиника общего профиля, в ней можно получить лечение по любому заболеванию. Но самые сильные стороны — это лечение онкологии (используется PET-CT и LINAC, в клинике также есть Гамма-нож), пересадка костного мозга и органов, а также микрохирургия.

Всего в клинике 244 койко-места, 10 из которых — специально оборудованные койки для инвалидов:

- 29 терапевто-хирургических, 7 кардиохирургических, 7 коронарных коек для интенсивной терапии,
  - 35 кувезов-коек интенсивной терапии для новорожденных,
  - 166 коек для рутинных пациентов,
  - 7 общих хирургических,
  - 2 хирургических для кардиоваскулярных операций,
  - 4 родильных кресла,
  - 1 зал для офтальмологических вмешательств,
  - 14 коек в отделении скорой помощи,
  - 9 взрослых и 5 детских коек для наблюдений.
- В «Медикал Парке» также есть конференц-залы и залы для заседаний.

Клиника имеет свой реабилитационный центр с термальной водой — Valcova Termal Hotel, расположенный на источниках Агамемнона («Каплыджа»). Это историческое место. Существует легенда, что во время Троянской войны, шедшей в Эгейском регио-

не в XIII–XII веках до н.э., Агамемнон увидел, как его раненные воины быстро выздоравливали на целебных водах местечка Балчова. Тогда и началась история этого удивительного курорта на термальных водах. В центре предоставляются услуги бальнео-, гидро- и электротерапии, парафиновые и грязевые процедуры, массаж.

Лечение в реабилитационном центре показано пациентам с острым ревматизмом, дегенеративными болезнями суставов, ревматическими заболеваниями околосуставных мягких тканей, межпозвоночными грыжами спины и шеи, заболеваниями метаболизма костей, остеопорозом. Предлагается ортопедическая и неврологическая реабилитация, лечение и реабилитация пациентов с послеаварийными травмами. Разработаны программы по улучшению настроения и общего состояния, а также программы гериатрической реабилитации.

«Медикал Парк» — ведущий игрок в медицинском туризме. Он привлекает большое число иностранных пациентов, предлагая им комплексное обслуживание с момента приезда в Турцию и до их отъезда в родную страну, учитывая все детали — трансферы, размещение, услуги переводчика, помощь в лечении и обеспечение необходимыми медикаментами. В эту клинику на лечение приезжают пациенты даже из США.

Доброжелательная атмосфера, квалифицированный персонал, русскоязычные сотрудники клиники «Медикал Парк», мягкий морской климат, вкусная здоровая еда — все это сделает пребывание и лечение в Измире эффективным и комфортным. **ТВ**

**В КЛИНИКЕ «МЕДИКАЛ ПАРК» ФУНКЦИОНИРУЮТ СЛЕДУЮЩИЕ ОТДЕЛЕНИЯ:**

- кардиоваскулярная хирургия,
- кардиология,
- гастроэнтерология,
- радиационная онкология,
- медицинская онкология,
- медицинская радиология,
- оториноларингология,
- нейрохирургия,
- психиатрия,
- урология,
- эндокринология,
- общая хирургия,
- физиотерапия/реабилитация,
- офтальмология,
- неврология,
- радиология,
- диетология,
- неотложная помощь,
- семейное врачевание,
- стоматология/ акушерство,
- гинекология/ акушерство,
- интенсивная терапия,
- анестезия/реанимация,
- эстетическая, пластическая / реконструктивная хирургия,
- дерматология,
- косметология,
- внутренние болезни,
- грудные болезни,
- торакальная хирургия,
- гематология,
- инфекционные заболевания и клиническая микробиология,
- лаборатория,
- педиатрия,
- детская хирургия,
- аллергия/иммунология,
- ортопедия/травматология,
- нефрология,
- ревматология.



В России и странах СНГ официальным уполномоченным представителем клиники «Медикал Парк» является компания медицинского туризма «Медика Тур».

По вопросам лечения и подписания договора о сотрудничестве с клиникой можно обращаться к Татьяне Соколовой: [tsokoloff@medica-tour.ru](mailto:tsokoloff@medica-tour.ru),

тел. +7-499-702-33-93, +7-985-997-37-14.

Сайты клиники:

[www.medicalpark.com.tr](http://www.medicalpark.com.tr),

[www.medicalpark.ru](http://www.medicalpark.ru)



Гелатский монастырь — важный религиозный, культурный и образовательный центр Грузии в Средние века



© ОЛЬГА ГРИШИНА

## КОЛЫБЕЛЬ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Величественная природа, древняя история, самобытная культура, восхитительная кухня, радушие и искреннее гостеприимство местных жителей — все это, конечно, о Грузии. В последние несколько лет турпоток в страну из России растет рекордными темпами. Грузия привлекает путешественников всех возрастов, с разными бюджетом и запросами. Об уникальности направления и планах по продвижению на российском рынке в интервью «ТБ» рассказал глава Национальной туристической администрации Грузии ГЕОРГИЙ ЧОГОВАДЗЕ.



Георгий Чоговадзе

**Как за последние несколько лет изменилась динамика турпотока из России в Грузию?**

С 2007 года мы видим, что интерес к Грузии со стороны гостей из России растет. В 2014 году поток туристов достиг отметки в 811 621 человек (+6% к 2013 году). Самый высокий скачок наблюдался в 2012 году, когда статистические цифры изменились на целых 85%.

В январе — июле 2015 года количество российских туристов составило 482 806, что на 12% больше, чем за тот же период в 2014 году. Абсолютным «рекордсменом» в этом году пока можно считать июль, когда Грузию посетили 140 390 туристов из России, а вот по приросту турпотока лидирует июнь: +47% относительно июня 2014 года.

**Какие уникальные турпродукты может предложить страна? Появились ли в последнее время новые туристические программы, маршруты?**

Очень мало стран предлагают такое количество разнообразных вариантов отдыха, как Грузия. Наша довольно маленькая страна может похвастаться высокими горами, сказочными тропами, невероятным количеством сортов винограда и архитектурными чудесами — каменными сторожевыми башнями в горах, резными деревянными балконами, великолепными фресками церквей, зданиями в стиле арт-нуво в городах.

Некоторые туристические продукты действительно уникальны. Например, Грузия удостоена звания Колыбели вина, поскольку культура виноделия здесь насчитывает более 8000 лет. Традиция изготовления вина в квеври (яйцевидных глиняных сосудах) — это то отличие, которое выделяет грузинский метод среди других мировых практик. В 2013 году он был внесен в Список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. В Грузии насчитывается около 500 сортов винограда. Многочисленные винные погреба по всей стране предлагают гостям попробовать местные вина и узнать больше о нашем методе виноделия.

Ученые доказали, что на территории Грузии возникла европейская цивилизация. Музей-заповедник в Дманиси, что находится в 85 километрах от Тбилиси, — это особенное место, где хранятся потрясающие археологические находки, которые проливают свет на историю человечества и эволюцию. Они доказывают, что первые следы человеческой цивилизации вне Африки были именно на территории Грузии. Этим следам 1,8 млн лет.

Грузия — одна из старейших христианских стран, наши ландшафты — самые разнообразные в Европе, а природа практически нетронута человеком. В сочетании со средиземноморским климатом и типично грузинским гостеприимством все это делает нас особенным и очень привлекательным туристическим направлением.

Туристические продукты Грузии постоянно развиваются, мы стараемся создавать и продвигать интересные объекты. Например, уже два года каньоны Мартвили и Окаце в Западной Грузии привлекают тысячи туристов со всего мира. В этом году возросла популярность озера Тобаварчхили в Самегрело.

**Какие виды туризма в Грузии вы считаете самыми перспективными? Какие направления внутри страны наиболее привлекательны с точки зрения туризма?**

Если говорить о видах туризма в Грузии и перспективах их развития, то нужно обязательно брать в учет сезонность: например, зимой главный вид туризма — это катание на лыжах и сноуборде. Зимние курорты — Гудаури, Бакуриани, Хацвали и Тетнулди (Сванетия) и Годердзи (Аджария) — предлагают посетителям различные виды зимних активностей. В Гудаури отличный высокогорный снежный покров, который позволяет пробовать фрирайд, кататься с высоты около 4200 метров.

Статус колыбели вина позволяет говорить о постоянном развитии винного туризма в Грузии.

В стране насчитывается 103 курорта различной специализации (бальнеотерапия, лечение заболе-

ваний респираторной системы и т.п.). В курортных городах Саирме, Цхалтубо, Боржоми инфраструктура находится в хорошем состоянии, а другие курорты обладают отличным потенциалом развития.

В Грузии более 12 000 исторических памятников, поэтому одна из наших сильных сторон — культурный туризм, и он стабильно развивается.

Экотуризм и приключенческий туризм также очень популярны среди местных туристов и гостей из других стран. На данный момент Администрация туризма Грузии работает над развитием туристических продуктов в этой сфере: мы прорабатываем маршруты для походов и трекинга по всей стране. Затем будет создана подробная карта для тех туристов, кто предпочитает покорять горы и перевалы без сопровождения гидов.

**Какие факторы сдерживают рост туристического потока из России?**

Экономический кризис, девальвация рубля и довольно высокая стоимость авиабилетов — это основные помехи для действительно сильного роста турпотока из России. Однако в последнее время многие туристы приезжают в Грузию из пограничных регионов России на автомобиле, а некоторые рейсы, как, например, рейс Тбилиси — Ростов-на-Дону, возобновляются. Это дает нам надежду на улучшение ситуации, так как мы всегда рады приветствовать российских гостей.

**Что вы планируете предпринимать для стимулирования интереса российских туристов к Грузии?**

Россия — один из целевых рынков для туристической сферы Грузии. В этом году мы планируем онлайн-кампанию на российском рынке — это очень эффективный метод достучаться до широкой аудитории. Основным мотивом станет зимний отдых в Грузии. На горнолыжных курортах множество гостиниц молодежного и семейного типа, хорошо развита инфраструктура, а современная система по выработке искусственного снега помогает продлить лыжный сезон в горах.

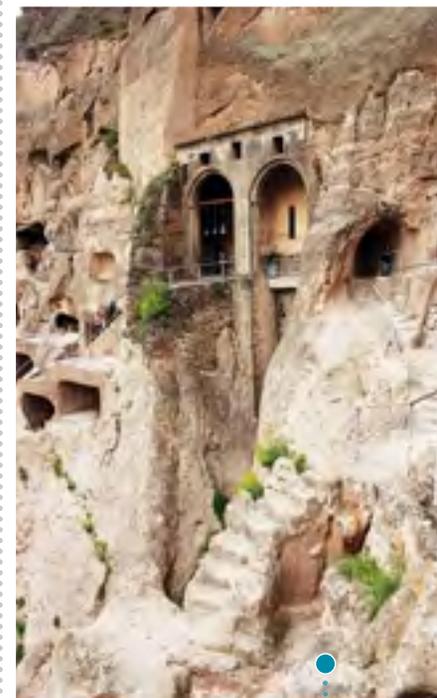
Несмотря на привлекательность зимних курортов, речь идет не только о них. Зимой в Грузии можно осмотреть знаменитые культурные памятники страны — от объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО до пещерных городов Вардзия и Уплисцихе и прекрасной крепости Рабат. Можно познать прелести Старого Тбилиси, посетить винные дома и водопады в горах Аджарии (потому что Аджария — это намного больше, чем Батуми!), попробовать настоящую боржомскую воду и пройти курс лечения в Боржоме. И, конечно же, обязательно продегустировать лучшие грузинские вина в Кахетии, Имеретии и Раче.

Все это разнообразие туристических продуктов мы собираемся продвигать в России. **ТБ**



**ВКЛЮЧЕНЫ В СПИСОК ОБЪЕКТОВ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО:**

- Исторические памятники Мцхеты (собор Светицховели и храм Джвари)
- Храм Баграта и Гелатский монастырь
- Верхняя Сванетия



Пещерный город Вардзия



В конце мая состоялся пресс-тур в Грузию для 25 представителей центральных и региональных изданий, организованный Грузинской национальной туристической администрацией и туроператором «Мода Кафе». В течение недели журналисты побывали на обзорных экскурсиях в городах Тбилиси, Кутаиси, Цхалтубо, Сигнахи, Цинцандали, Кварели и Мцхета. Целью тура было знакомство с туристическими регионами страны, основными достопримечательностями, традициями, культурой и инфраструктурой.

**КОЛИЧЕСТВО ТУРИСТОВ ИЗ РОССИИ, ПОСЕТИВШИХ ГРУЗИЮ В 2015 ГОДУ (ТЫС. ЧЕЛ.)**

Месяц	2014	2015	Прирост, %
Январь	43,087	40,150	-6,8%
Февраль	36,093	33,396	-7,5%
Март	49,748	49,563	-0,4%
Апрель	58,919	58,478	-0,7%
Май	50,098	71,400	42,5%
Июнь	60,833	89,429	47,0%
Июль	131,656	140,390	7%



# Другая экзотика

Королевство Таиланд может предложить туристам намного больше, чем пляжно-развлекательный отдых во время новогодних каникул. Раздвинуть рамки восприятия этой многогранной страны способны «нишевые» программы, например, экологический туризм.

**ТЕКСТ** ЛАРИСА МАРТЫНОВА,  
МИХАИЛ ШУГАЕВ  
**ФОТО** TAT IMAGES

В Таиланде насчитывается **102** национальных парка, пятая часть из них — морские. В процессе создания находятся еще **36** национальных парков. Два природных комплекса Таиланда вошли в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО.

## КОРОЛЕВСКОЕ БОГАТСТВО

Приятный климат и разнообразие природы в сочетании с богатым культурным наследием создают в Таиланде отличные условия для развития экотуризма. Точки притяжения «зеленых» туристов — национальные парки. Для гостей здесь создают инфраструктуру — прокладывают экотропы, устанавливают информационные стенды, оборудуют места привалов, парковки, строят экоотели, кемпинги и т.п. — и предоставляют услуги, обеспечивающие удобства и безопасность без ущерба для природы. К большинству парков есть удобный подъезд. При покупке билета гости получают карту парка с рекомендациями, на что обратить внимание.

✓ *Настоящая природная драгоценность королевства Таиланд — это rainforest, влажный тропический лес, возраст которого превышает 130 млн лет. Здесь встречается редчайшая гигантская раффлезия, имеющая фантастический вид и крайне неприятный запах.*

Изумительная природа национального парка Кхао Сок — одна из главных достопримечательностей Южного Таиланда. Считается, что эта территория старше лесов бассейна Амазонки. В буйной растительности здесь обитает несколько сотен видов животных и птиц. Жемчужина парка Кхао Сок — озеро Чео Лан площадью 182 кв. км, образовавшееся в разломе карстовых гор после строительства дамбы. На поверхность озера живописными островами выходят свыше 200 вершин затопленных гор. Их интересно исследовать, катаясь на лодке.

Провинция Сонгкхла знаменита соленым озером Тхалелуанг-Сонгкхла, где обитают дельфины иравади. Вокруг — парк водных птиц Кху Кхут. На западном побережье сохранились кварталы старого города и храм XVI века.

Про большинство островов Таиланда можно сказать, что они просто созданы для любителей природы и романтики, и Симиланы — яркий тому пример. Даже на небольшой глубине в этом морском заповеднике провинции Пханг Нга видны коралловые сады, водоросли и анемоны, встречаются черепахи и маленькие акулы. Основная инфраструктура и отели сосредоточены на курорте Кхао Лак. Дайвинг, водные экскурсии



по мангровым зарослям, где обитает рыбка илистый прыгун, прогулки на слонах и купание с ними в реке (бодирафтинг) — отсутствие шопинга и ночной жизни здесь никого не расстраивает.

Наибольшую ценность национального парка Сиринат (Пхукет) представляют коралловые рифы. Здесь также представлено два вида леса — пляжный и мангровый, и раз в год на его пляжах откладываются яйца кожистые черепахи, одни из древнейших созданий на планете.

Очень популярно среди туристов из Европы наблюдение за птицами в национальных парках Таиланда. Ближайший к Бангкоку парк — Кхао-Яй, подальше — у границы с Мьянмой — Каенг Крачан. В естественной среде среди роскошной тропической растительности здесь обитают не только пернатые — много зверей и насекомых, интересных для любителей живой природы.

Национальный парк Эраван в провинции Канчанабури привлекает сотни туристов и местных жителей знаменитым одноименным семикаскадным водопадом. Осмотреть его можно, поднявшись по экотропе через тропический лес, где цветут орхидеи. На пятом уровне начинается территория обезьян, а с седьмого открывается восхитительный вид, и становится очевидно, что верхний водопад напоминает очертаниями голову Эравана — трехголового слона из индуистской мифологии.

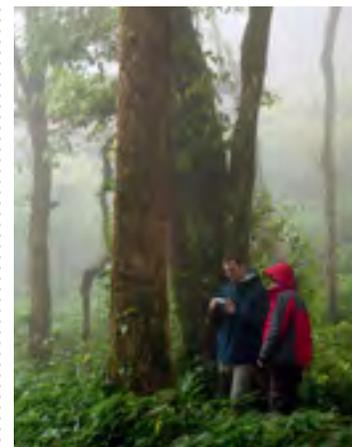
Шестнадцатикаскадный водопад Па Ла У — достопримечательность национального парка Кэнг Крачан (60 км от Хуа Хина). Очень разнообразна местная фауна.

Наивысшая точка Таиланда — гора Дои Интхانون — украшает одноименный национальный парк в 100 км от Чианг Мая. Гора высокая, 2565 м, температура на вершине (выше облаков) иногда понижается до 0°C. Туристы часто арендуют здесь бунгало, потому что достопримечательностей много: ступа с прахом принца Интавичаянона, который боролся за сохранение лесов Таиланда; пагоды со священными мощами Будды, возведенные Тайскими королевскими ВВС (их база неподалеку) к юбилеям короля и королевы; плантация и лаборатория королевской научной станции; пещеры, храмы, водопады, флора, фауна, селения каренов и хмонгов — за один день все не обойти.

✓ «Зеленый» туризм на реке Квай представлен, как правило, двухдневными экскурсиями, включающими в себя сплавы на плотах, плавание по течению в спасательных жилетах, купание в водопадах и радоновых источниках, прогулки на слонах и многое другое.

#### ОТДЫХ БЕЗ КОМПРОМИССОВ

Ассоциация экотуризма и приключенческого туризма Таиланда (ТЕАТА) объединяет турфирмы, регулярно организующие экопоездки, и госучреждения. Операторы, заинтересованные в рынках России и СНГ, проводят семинары и рекламные



Нетронутые леса в составе национальных парков, заповедников и охраняемых зон составляют 13% территории страны. Здесь возможен только «зеленый» туризм. Программы, направленные на сохранение природного богатства страны, поддерживаются на государственном уровне.





ознакомительные туры, участвуют в выставках, выпускают каталоги на русском языке.

В большинстве своем экотуры — это элитные, авторские разработки. Так, например, в каталог эксклюзивного отдыха Sayama Travel на 2015 год наряду со спортивными и гурман-турами вошли экотуры «Традиции юга» и «Андаманские жемчужины», в которых путешественники знакомятся не только с природой Таиланда, но и с культурой и укладом жизни местных жителей.

Природный и даже научный туризм пропагандируют экспедиционные туры «Тайного меридиана». Участники экотура «Два океана» узнают, как произошли острова Таиланда и народы, их населяющие, познакомятся с миром экваториальных джунглей, как наземных, так и подводных. Ближайший экотур «с погружением» в легендарный rainforest — «Джунгли и острова» — приурочен к осенним каникулам.

Нечасто, но и VIP-клиенты запрашивают экологические туры. Как рассказывает Ирина Мануильская, директор по продажам компании «Содис», в основном тогда, когда им хочется на некоторое время сбежать на необитаемый остров. Кто-то выбирает короткие экотуры — два дня, одна ночь в палатке в лесу — в рамках отдыха на курорте Кхао Лак. Другим интересно провести 3–5 дней в национальном парке Кхао Сок (160 км от аэропорта Пхукета) с проживанием в кемпинге. Один день отдается трекингу, другой — круизу по озеру, третий — пещерам, четвертый — рафтингу или тубингу по горной реке. В «золотом треугольнике», по словам Ирины, выбирают экотуры с историческим уклоном:

посещение древних храмов, знакомство с горными племенами (женщины-«жирафы», «пожиратели собак»). Экотуризм экстра-класса — это, например, остров Куд, который славится лагунами, обрамленными кокосовыми рощами. Час с небольшим на частном самолете из Бангкока, приземление на собственный аэродром курорта, потом 2 км на моторной лодке — и гости на пирсе Soneva Kiri Resort. В отделке применены только экологически чистые материалы, у каждой виллы припаркован электромобиль. Кроме отдыха на белых песчаных пляжах здесь можно заняться снорклингом, дайвингом, отправиться в пеший поход к водопадам или пройти на байдарках по реке.

✓ *Тех, кто не готов еще полностью погрузиться в экзотику, могут заинтересовать разнообразные экологические экскурсии: трекинг по джунглям (пеший и на слонах), канопинг, велоэкскурсии, сплав по реке на бамбуковых плотах, посещение ботанических садов, питомников орхидей, змеиных и слоновьих ферм, пасек, деревень и многое-многое другое.*

Хотя на данный момент экотуризмом интересуется лишь малая часть отдыхающих в Таиланде, похоже, что скоро этот быстрорастущий сектор мирового туристического рынка войдет в тренд и в России. **ТБ**

#### НОЧЛЕГ ПОД ЭКОЛОГИЧНОЙ КРЫШЕЙ

- Бунгало на кронах деревьев — Khaosok Tree House Resort
- Плавающий отель без электричества — River Kwaj Jungle Rafts
- Шатры в духе экспедиций XIX века — Four Seasons Golden Triangle Tented Camp
- С обучением «вождению» слона — Anantara Golden Triangle Elephant Camp & Resort

## «Рисовый путь» шаг за шагом

Новая программа экопутешествия по «рисовому пути» *Thai Rice Route* была представлена этим летом в рамках прошедшей в Бангкоке профессиональной туристической выставки ТТМ+. Рис для тайцев — это не просто основной продукт питания,

но и символ счастливой благополучной жизни, «дар богов», с которым связано множество легенд, преданий, традиций. Разработанная при поддержке Управления по туризму Таиланда недельная «рисовая» программа знакомит туристов с многооб-

разием тайской истории, культуры, гастрономии и образа жизни через призму любимого национального продукта. Начинается она в столице страны Бангкоке, где туристы посещают знаменитые достопримечательности, включая самые впечатляющие храмы и королевский дворец, а также деревню народных умельцев со всевозможными поделками из рисовых зерен и принимают спа-процедуры с применением злаков. Затем путь туристов лежит в древнюю столицу страны Аютхайя, входящую в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО. Следующая остановка — в одной из деревень, где готовят традиционные рисовые

десерты, а потом — на ферме, где выращивается экологически чистый «органический рис». Еще одна точка маршрута, ведущего на север страны, — поселение Бан Тон Чан, где помимо выращивания риса местные жители занимаются изготовлением уникальных красочных тканей. Завершающие два дня программы посвящены знакомству с регионами Чианг Май и Чианг Рай, где туристы побывают в священных, скрытых от посторонних глаз буддистских храмах. Кроме того, они поучаствуют в сборе овощей, которые затем будут приготовлены на ужин, и узнают об особенностях выращивания и приготовления риса на севере Таиланда.



**Окунитесь в мир Тайнесс!\***

Туристическое Управление Таиланда  
 Московский офис  
[info@tourismthailand.ru](mailto:info@tourismthailand.ru)

\* Тайнесс - понятие, объединяющее в себе культуру и образ жизни тайского народа.

Бангкок

Ко Чанг

Самуи

Паттайя

Пхукет

Канчанабури



Available on the  
 App Store

Available on  
 Google play

# Осень будет яркой

Мировой турпоток в Индонезию можно условно разделить на две неравные части: 90% туристов выбирают остров Бали, а 10% — другие города и курорты, из которых наиболее посещаемая столица страны Джакарта.

Она привлекает туристов не только своей этнической аутентичностью, интенсивной и космополитичной деловой жизнью, но и обилием культурных событий.



Bali Arts Festival, Денпасар

ТЕКСТ КОНСТАНТИН ИСААКОВ

Весь сентябрь здесь будет проходить Indonesian Art Show Festival, приезд на который подтвердили 350 театральных коллективов из разных стран. Не менее грандиозен и Фестиваль восточных каналов в этом же месяце: на 700-метровых набережных будут выступать молодежные группы и оркестры — профессионалы и студенты.

Октябрь ознаменуется индонезийским вариантом Октоберфеста — пивного праздника с немецким «акцентом» во всем, включая пивную закуску. Аналогичный праздник, но уже винный, с французским «акцентом» — Фестиваль Божоле нуво — запланирован тут на ноябрь. Нельзя не отметить и другие столичные события осени и начала зимы: Всемирную выставку текстиля, Неделю моды, а также проводимый Министерством туризма «Джакарта марафон». Несомненно, привлекут гостей гастрономический фестиваль Street Food, этнофестиваль «Старый город», Аэрокосмический

и Морской салоны, Форум оружейных технологий, Фестиваль блюза и Праздник Тысячи островов, имеющий целью популяризацию морского туризма.

Главная ценность Бали — прекрасные пляжи, а также широкие возможности для занятия активными видами спорта, в первую очередь серфингом и дайвингом. Здесь также проводятся красочные фестивали, например, этим летом в Денпасаре уже в 37-й раз проходил Bali Arts Festival.

За первые семь месяцев этого года количество прибывших на Бали иностранных туристов увеличилось на 10% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Если в мае рост был не слишком явным — плюс 3,48%, то уже в июне турпоток увеличился на 8,87%, в июле — на 6,5%, составив около 2,3 млн человек.

С января по июль на Бали отдохнуло 29 605 россиян, что превышает прошлогодний показатель на 1,28%. Для сравнения: из Германии за тот же период остров посетили более 59 тысяч туристов, из Франции — почти 70 тысяч, а из Великобритании — 86 тысяч. **ТБ**

Enjoy Jakarta  
by indonesia

Оцените  
потрясающий сервис  
и испытайте восторг  
в гольф-клубах Джакарты

Посетите стенд Джакарты  
на туристической выставке «Отдых»  
Москва, МВЦ «Крокус Экспо» Зал 3 | 3В8 |  
15 - 18 сентября 2015г.

www.jakarta-tourism.go.id

РЕКЛАМА

# 60

## SECONDS ABOUT

 world travel market



## ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО...?

- 1 На WTM проходит более **1,1 млн встреч**
- 2 WTM посетят более **51 500 посетителей** из **186 стран**
- 3 **2,5 млрд фунтов** – сумма **новых сделок**, заключенных на WTM
- 4 На WTM можно встретить **5 000 экспонентов** со всего мира
- 5 В выставке примут участие свыше **9 100 членов WTM Buyers' Club**
- 6 На WTM представлено более **38 секторов туризма**
- 7 Программу конференций WTM посетят **более 17 000 человек**
- 8 В том числе свыше **8 000 уникальных посетителей**
- 9 Travel Tech Show на WTM является **крупнейшим в Великобритании мероприятием в области технологий**
- 10 Количество посетителей WTM **увеличилось более чем на 20%** за последние пять лет

## В ДВУХ СЛОВАХ

### Расскажите о международной туристической выставке WTM 2015.

Выставка WTM 2015 станет беспрецедентным событием в мире туризма. Общее количество участников в 2014 году выросло до 51,5 тыс человек, а в этом году мы ожидаем еще большего наплыва посетителей нашей выставки, которая состоится в выставочном центре ExCeL в Лондоне с понедельника по пятницу, 2-5 ноября 2015 года.

- После успешного дебюта в прошлом году, которым была отмечена 35-летняя годовщина первой выставки WTM, фестивали WTM Festivals снова порадуют наших участников
- Программа The Wellness program, впервые представленная на WTM 2014, теперь включает площадку для общения The Wellness Lounge, которая будет открыта в среду и четверг
- Мероприятие WTM Bloggers' Speed Networking также дополнится новыми возможностями после своего успешного дебюта в прошлом году
- Мероприятие A Taste of ILTM at WTM будет открыто для покупателей со всего мира, а не только из Великобритании

### Какой объем сделок могут заключить участники выставки?

В 2014 году непосредственно на выставке состоялось 1,1 млн встреч, которые привели к заключению отраслевых контрактов более чем на 2,5 млрд фунтов стерлингов. В этом году мы ожидаем заключения еще большего числа сделок благодаря ряду уже указанных инициатив. Один из наилучших способов для встречи с новыми покупателями и заключения сделок — посещение сессий WTM's Speed Networking, которые будут проводиться утром в понедельник и четверг.

### Как будет выглядеть программа мероприятия в 2015 году?

В ходе выставки WTM в этом году будет проведено более 100 сессий, посвященных самым разным темам, таким как авиация, отели, ответственный туризм и женщины в мире туризма. Впервые состоится презентация программы, посвященной гастрономии. Также будут представлены такие популярные темы, как Captains of Industry, WTM Ministers' Summit и World Responsible Tourism Day.

### Каким участникам выставки следует уделить наибольшее внимание?

World Travel Market всегда представляет крупнейшие бренды туристической отрасли, и WTM 2015 не будет исключением. Среди крупнейших авиакомпаний будут представлены Etihad Airlines, Kuwait Airlines и Thai Airways International. Среди крупнейших отелей — Rotana и Jumeirah Hotels.

Государственный сектор будет представлен следующими новыми участниками: Visit Orlando, Tokyo Convention & Visitor Bureau и Управление по туризму Иракского Курдистана.

### Где покупатели и посетители могут зарегистрироваться на WTM 2015?

Для регистрации посетите сайт [www.wtmlondon.com](http://www.wtmlondon.com)

# WTM значит бизнес

2-5 ноября 2015 г. / ExCeL London

узнать больше  
[wtmlondon.com](http://wtmlondon.com)

Official Media Partner

 Tourbusiness

Official Premier Partner

 MEXICO  
USE IT TO BELIEVE IT

 world travel market

2 - 5 November 2015 • London



© BCB MALAYSIA



© SABAH TOURISM

## Секреты притяжения

Малайзия входит в список тех стран, спрос на которые сохраняется даже в кризис, — констатируют туроператоры. Многогранность и эксклюзивность — два фактора, позволяющих направлению удерживать популярность. Однако отсутствие прямой авиaperевозки и недостаточное знание продукта среди турагентов создают преграды на пути становления страны на российском рынке.

### УДИВИТЕЛЬНАЯ СТАБИЛЬНОСТЬ

По данным Национального офиса по туризму Малайзии в РФ, среднегодовой прирост турпотока в страну за последние три года составил 16%. В частности, в прошлом году Малайзию посетили 61 845 российских туристов, что на 16,2% больше, чем в 2013 году. В начале 2015 года число туристов из России немного снизилось по объективным причинам. «Тем не менее, мы настроены очень оптимистично и надеемся, что сможем преодолеть трудности, с которыми сталкиваются россияне, и увеличить туристический поток в Малайзию до конца этого года», — говорит Нур Зулия Мохамед, атташе по туризму посольства Малайзии.

Игроки направления согласны с официальной статистикой. «Малайзию с трудом можно назвать массовым экзотическим направлением, но спрос на него есть, и он демонстрирует удивительную стабильность», — отмечает Рашад Мамедов, генеральный директор группы компаний Travel

Business Service. — Пожалуй, Малайзия занимает 4–5 место по популярности среди стран Юго-Восточной Азии после Таиланда, Вьетнама и Индонезии, конкурируя с Сингапуром». «В целом продажи идут хорошо, хотя спад чувствуется», — констатирует Наргуль Буржуева, директор департамента Азии компании «АРТ-ТУР». По словам Юлии Собканик, директора по продажам компании ITM Group, спрос на туры в Малайзию немного поднялся, но прежнего объема продаж, который был до туроператорского обвала и курсовых колебаний, пока достичь не удается.

### ВСЕ НАЧИНАЕТСЯ ЗДЕСЬ

Подавляющее большинство россиян начинают свое путешествие по Малайзии с ее столицы Куала-Лумпур, а уже оттуда совершают внутренние перелеты по остальным регионам страны. Одно из излюбленных мест отдыха наших граждан — архипелаг Лангкави, который славится своими белоснежны-

ТЕКСТ  
АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ



### КАК ДОБРАТЬСЯ:

Удобнее всего добраться до Малайзии на крыльях *Singapore Airlines*. Из Сингапура есть прямые рейсы до островов Лангкави, Пенанг и Борнео. Перелеты в Куала-Лумпур предлагают *Emirates*, *Etihad Airways* и *Qatar Airways*.

ми пляжами. В скором времени здесь откроются роскошные пятизвездные отели St. Regis Langkawi и Ritz-Carlton Langkawi.

Высокой популярностью у россиян пользуется остров Пенанг, считающийся кулинарной столицей Малайзии. Сюда едут за местным колоритом. Основные достопримечательности — древние храмы и музеи — сосредоточены в столице острова, городе Джорджтаун. Еще одна точка притяжения — остров Борнео с его уникальной флорой и фауной. Например, только в джунглях Борнео обитают обезьяны-носачи, также здесь водятся орангутанги, слоны-пигмеи, дымчатые леопарды и многие другие представители дикой природы. Малайзийская часть острова Борнео делится на два штата — Саравак и Сабах. Туристы чаще всего посещают Кота-Кинабалу, столицу штата Сабах.

Бестселлеры продаж — комбинированные туры по разным регионам Малайзии и другим странам Юго-Восточной Азии. В компании «АРТ-ТУР» востребованы программы «Куала-Лумпур + Борнео + Сингапур», «Сингапур + Борнео + Бруней», «Сингапур + Лангкави». В ITM Group высоким спросом пользуется новинка: 13-дневная программа «Колониальная Малайзия + пляжный отдых на о. Бали + Сингапур». «Этот тур понравится ценителям колониальной эпохи, желающим окунуться в непередаваемую атмосферу конца XVIII — начала XIX века, царившую в Юго-Восточной Азии, и особенно в ее наиболее колоритной части — султанатах Малайи», — рассказывает Юлия Собканюк. Туроператор «Спектрум»

помимо классических комбинированных программ предлагает приключенческие туры. Например, тур «В гости к диким племенам Борнео» включает рафтинг, ночевку в деревне племени Рунгус, посещение заповедника орангутангов в Сепилоке и многое другое.

### БЕГ С ПРЕПЯТСТВИЯМИ

В числе преимуществ Малайзии эксперты называют красоту нетронутой природы, интересную экскурсионную составляющую, доброжелательность местных жителей. Главной проблемой считают отсутствие прямого авиасообщения. «Российские туроператоры отказались от чартерных программ в Малайзию. Абсолютно все туры, которые на данный момент есть, базируются на стыковочных рейсах. Неудобство перелета накладывает определенные ограничения на спрос, поскольку при равных ценах многим удобнее улететь прямым рейсом в соседний Таиланд, чем приобретать пакет с одной, а то и двумя стыковками в Малайзию», — объясняет Рашад Мамедов.

Наргуль Буржуева отмечает, что в Малайзии не хватает отелей высокого уровня. «И стоимость размещения в отелях Малайзии выше, чем, например, на Бали или во Вьетнаме», — констатирует она. Нур Зулия Мохамед признает, что в Малайзии дефицит русскоговорящих гидов. Также одной из проблем она называет недостаточное знание продукта российскими турагентами. Ее решению должны способствовать мастер-классы, проводимые для представителей туристической розницы, и постоянный контакт со СМИ. **ТБ**



В штате Негери-Сембилан недавно открылись три музея: Королевский музей Тунку Джафар, посвященный одному из наиболее известных и особо любимых представителей королевской династии Малайзии, а также Trick Art Museum и Upside Down House.



### МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

«Малайзийский туристический сектор не ощутил кризиса на российском туррынке, так как Россия не входит в топ-10 рынков для страны. На глобальном уровне 2015 год проходит под девизом «Год Фестива-

лей». Культура Малайзии необыкновенно разнообразна. Мы использовали этот фактор и превратили многочисленные этнические фестивали в события международного уровня. Таким образом, туристам, помимо превосходных пляжей, отличного шоппинга и нетронутой природы, предоставляется возможность стать частью аутентичного праздника местных народностей.

Кроме того, все большую популярность на российском рынке приобретает медицинский туризм. Малайзия входит в пятерку наиболее привлекательных для медицинского туризма стран Юго-Восточной Азии. Основные направления лечения — это косметология и пластическая хирургия, сердечно-сосудистая хирургия, лечение бесплодия, онкозаболеваний и многое другое.

На локальном уровне офис по туризму Малайзии в России интенсивно развивает свою деятельность как в Москве, так и в регионах страны. В последнее время мы расширили поддержку своих партнеров, параллельно устанавливая новые связи для большей консолидации усилий по продвижению направления. В 2015 году мы продолжаем принимать участие в ключевых туристических выставках в Москве и регионах и снова выступим в качестве генерального партнера выставки EXPOTRAVEL в Екатеринбурге. Особое внимание мы уделяем B2C-коммуникации, а также онлайн-продвижению».

**НУР ЗУЛИЯ МОХАМЕД,**  
атташе по туризму  
посольства Малайзии



© SABAH TOURISM

Станьте участником викторины

**конкурс**

**«Что вы знаете о Мальте?»**

на сайте [www.tourbus.ru/malta-quiz/index.php](http://www.tourbus.ru/malta-quiz/index.php)

и у вас появится возможность

**ВЫИГРАТЬ  
ПОЕЗДКУ**

в эту уникальную страну.



[www.airmalta.com](http://www.airmalta.com)



[www.seashellsresortmalta.com](http://www.seashellsresortmalta.com)



[www.visitmalta.com](http://www.visitmalta.com)

Получить подробную информацию о правилах проведения конкурса можно на сайте <http://www.tourbus.ru/malta-quiz/index.php>

Конкурс проводится с сентября по октябрь 2015 года.

# Путешествия меня вдохновляют

Всю вторую половину сентября на сцене Театра оперетты идет мюзикл «Граф Орлов». Одну из главных ролей в спектакле исполняет актриса и певица ТЕОНА ДОЛЬНИКОВА. Славу ей принесли мюзиклы «Метро», «Нотр-Дам де Пари», «Воины духа», «Viva, парфюм», «Мата Хари», «Времена не выбирают». А помимо мюзиклов у нее были роли в фильмах и сериалах, песни, звучащие в эфире крупнейших радиостанций, и саундтреки.

**Как вы отдыхаете? Любите ли путешествовать и перемещаться по свету?**

Вся моя жизнь проходит в постоянных перемещениях по миру. Причем начиная с рождения. Мои родители так много летали, что, как они шутят, я вполне могла родиться в воздухе. А сейчас, вот уже год с небольшим, у меня перелетов особенно много. Я играю главную роль в сериале «Последний из янычар», съемки которого проходят в Киеве, и каждые два-три дня летаю туда. Например, сегодня у меня спектакль, а завтра в четыре утра я уже выезжаю из дома в аэропорт. Так что самолет уже воспринимаю как второй дом.

**Но это поездки, связанные с работой, а же имел в виду отдых и новые впечатления.**

Конечно, и такие путешествия я тоже люблю. Хотя в течение последнего года ничего подобного не было. Для меня со словом «отдых» связаны море, пляж и солнце. Также я люблю путешествовать по Европе, поскольку сестра и родители живут в Германии.

**Ходите по музеям, рассматриваете памятники в каком-нибудь городке с богатой историей?**

Такое времяпрепровождение я воспринимаю скорее как образовательную программу, расширение кругозора, а не как отдых. Но и это в моей жизни бывает нередко. Иногда, если выдается пара свободных дней, я лечу либо к родителям и сестре, либо к двоюродному брату в Тбилиси, либо в Париж к своей подруге. Да и в других европейских городах живут мои друзья, которых я время от времени навещаю. Очень хочу съездить в Прагу.

**Есть ли у вас особенно любимое место в Европе?**

Мне очень нравится Берлин: и грандиозные исторические памятники, и какая-то особенная атмосфера, одновременно размеренная и очень свободная. А еще я люблю Лондон, куда впервые попала в 15 лет. В течение двух лет я жила в Лондоне по две-три недели, потом уезжала в Москву, где выступала в мюзикле «Метро», а затем снова возвращалась в Англию. Это было мое первое такое глубокое погружение в жизнь за рубежом, поэтому впечатления остались самые яркие и незабываемые.

**Не связана ли у вас с каким-нибудь местом Европы красивая романтическая история?**

Приятные и трогательные воспоминания у меня остались о многих европейских городах. Но самая яркая романтическая история связана с Москвой. Несмотря на то что я здесь родилась и выросла, четыре года назад я открыла ее для себя заново. В 2009 году я уехала в Америку учиться. Через два года меня пригласили озвучивать диснеевский мультфильм в нашей столице, и здесь я встретила моло-



Мне очень нравится Берлин: и грандиозные исторические памятники, и какая-то особенная атмосфера, одновременно размеренная и очень свободная





Меня привлекает  
своеобразная  
культура Японии.

Еще в детстве  
представляла,  
как поселюсь  
в японской деревушке,  
проведу там  
несколько лет,  
обучусь боевым  
искусствам

дого человека, в которого влюбилась. Благодаря ему Москва для меня наполнилась новыми красками и цветами, превратилась в самый лучший, самый романтичный город на земле.

**А я думал, что вы самым романтичным городом назовете Венецию или Флоренцию.**

Если смотреть на Италию только глазами туриста, то да, там есть невероятно красивые места — Венеция, Верона, Рим. Но когда ты видишь эту же жизнь изнутри, все воспринимается иначе. Я два месяца жила в Риме и, честно говоря, после этого, несмотря на темперамент и душевность итальянцев, Италия не кажется мне романтичной.

**Во время путешествий вы наблюдаете за людьми?**

Конечно, я же актриса. Путешествия меня вдохновляют. У нас такая профессия: мы постоянно собираем внутри себя коллекцию типажей. Хотя для этого необязательно ехать за рубеж, достаточно спуститься в московское метро: там можно встретить столько невероятных лиц и эмоций, что хоть актерскую энциклопедию составляй. Люди во всех странах примерно одинаковы и очень интересны. Надо только внимательно смотреть вокруг себя, и тогда где угодно сумеешь отыскать образ, нужный тебе для роли.

**Насколько для вас важен комфорт, например уровень отеля, или вы можете жить в своих поездках и в спартанских условиях?**

Я думаю, что любой человек, если он может себе это финансово позволить, с удовольствием будет жить в уюте и комфорте. Но не в этом счастье. Когда я была маленькой, мой старший двоюродный брат занимался альпинизмом, ходил в походы, жил в палатках. И это было так интересно, романтично и захватывающе, что я ему очень завидовала. Я тоже мечтала жить в палатках, забираться на горные вершины. Так что такой отдых — вне условий цивилизации — тоже вполне возможен.

**Удалось ли вам покорить какие-нибудь горные вершины?**

Нет, альпинизмом я не занималась. Когда брат ходил в походы, мы с сестрой были маленькие и он нас с собой не брал. Для походов в горы нужно обладать силой духа и физической силой. Но несколько лет назад я попробовала серфинг. Свой восторг словами вам передать не могу, это было что-то потрясающее, особенно, когда я пару раз поймала волну.

**А на горных лыжах катаетесь?**

Каталась в далеком детстве, в шесть лет. Родители говорят, что инструкторы меня тогда очень хвалили, но я, конечно, ничего не помню. Интересно было бы попробовать — и на горных лыжах, и на сноуборде. Надеюсь, что у меня это еще впереди.

**Есть ли такая страна, в которой вы еще не были, но попасть туда мечтаете?**

Меня привлекает своеобразная культура Японии. Еще в детстве представляла, как поселюсь в японской деревушке, проведу там несколько лет, обучусь боевым искусствам. Принято считать, что, когда человек взрослеет, его стремления меняются. У меня не так: я и сейчас мечтаю о Японии.

**Вы учились в США. Говорят, самое интересное, что там есть, — это природа. Гранд-каньон, долины гейзеров, необыкновенной красоты заповедники.**

Почти все это прошло мимо меня. Я не видела даже Гранд-каньона. Когда ты приезжаешь куда-то как турист, то главная твоя цель — осмотреть все достопримечательности. Но в Америке я училась и работала, у меня почти не было времени путешествовать. Хотя по Калифорнии поездить удалось. Побывала в Нью-Йорке и Чикаго, жила в Лос-Анджелесе. Есть распространенное мнение, что в Голливуде по улицам ходят люди только в шикарных нарядах, роскошных шубах. Но, оказывается, есть и другая грань голливудской жизни. В том районе, где я жила, ютилось довольно много бездомных. Создалось впечатление, что это неудавшиеся актеры, приехавшие в Голливуд за своей мечтой. Карьера не состоялась, денег на обратный билет найти не смогли и остались. Это очень интересные типажы, наблюдать за ними можно очень долго: они разыгрывают сами с собой спектакли, разговаривают с невидимыми собеседниками. Ситуация, очень похожая на то, что описано в книге Маккоя Хораса «Загнанных лошадей пристреливают, не правда ли?». **ТБ**





**БРЫЗГИ  
СЧАСТЬЯ!**

МОСКОВСКИЙ  
БРОДВЕЙ

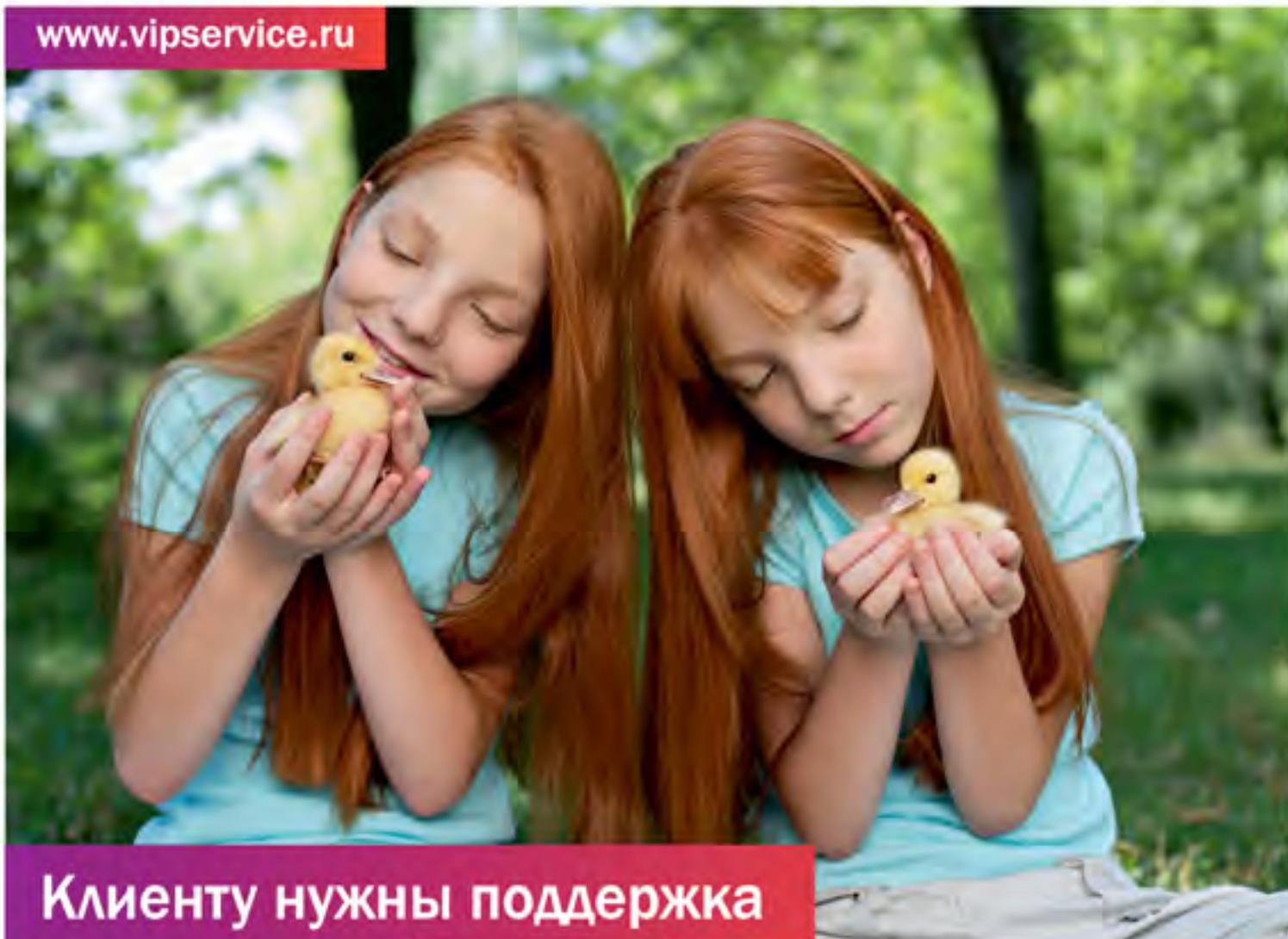


МЮЗИКЛ  
**ПОЮЩИЕ  
ПОД  
ДОЖДЕМ**

**ПРЕМЬЕРНЫЕ ПОКАЗЫ С 4 ОКТЯБРЯ**

10+

По вопросам сотрудничества обращайтесь по тел.: 495-780-35-54



## Клиенту нужны поддержка и внимание

**Поддержка и внимание должны быть адресными**

«Умные» технологические решения помогают нам сопровождать 20 000 наших пользователей на всех этапах работы. CRM-система позволяет видеть каждого клиента, сохранять историю взаимоотношений с ним, глубже разбираться в потребностях его бизнеса.

**Поддержка и внимание должны быть уместными**

Каждый квартал мы проводим исследование удовлетворенности пользователей качеством работы системы для сбора жалоб, информации о проблемах, неудобствах и получении новых идей! По итогам опроса исправляются ошибки, совершенствуется интерфейс, добавляется функционал.

*Випсервис – крупнейший российский консолидатор, лидер российского рынка бронирования и продажи авиационных и железнодорожных билетов с 1995 года.*

**Поддержка и внимание должны быть ощутимыми**

Бесплатный доступ в систему, бесплатный федеральный круглосуточный телефонный номер поддержки, бесплатный СМС-сервис для повышения безопасности работы в системе, бесплатная круглосуточная поддержка колл-центра – наш существенный финансовый вклад в клиентские отношения.

Портбилет – онлайн-решение для продажи билетов и дополнительных услуг

**В системе для вас:**  
Авиационные билеты  
Железнодорожные билеты  
Билеты на аэроэкспресс  
Гостиницы  
Полисы страхования

Москва,  
Переведеновский пер.,  
д. 17, стр. 1, оф. 217

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



**Випсервис**

*Мы работаем так, чтобы нас  
выбирали сердцем*