

Турбизнес

Travel Trade Russia

12+



ЭЛЕКТРОННЫЕ ВИЗЫ

ЭКСПЕРИМЕНТ
ПРОДОЛЖИТСЯ

ЛЕТНИЕ ХИТЫ

КОНКУРЕНЦИЯ
ЗА ТУРИСТА

ЖЕМЧУЖИНЫ БАЛКАН

ХОРВАТИЯ, ЧЕРНОГОРИЯ
И АЛБАНИЯ ПРИВЛЕКАЮТ
ГОСТЕЙ

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

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2018

15 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинарование
с 1 апреля 2018 г.

Голосование
с 16 июня 2018 г.

Церемония награждения
13 сентября 2018 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

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



УЧРЕДИТЕЛИ



ОРГАНИЗАТОР



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



Корреспонденты: Элеонора Арефьева
Татьяна Белоножкина
Александра Загер
Владимир Сергачев
Игорь Тихонов
Мария Щукина

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 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: ИД «Турбизнес»
www.idtourbus.ru

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

Исполнительный директор Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

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

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

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

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

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

Сайт www.tourbus.ru
Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru

Спецпроекты ИД «Турбизнес»
Лариса Мартынова

BUSINESS TRAVEL
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Главный редактор Александра Загер
a.zager@tourbus.ru

Destinations
ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

Пять звезд
основанный бизнес с 1997 г.

Главный редактор Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Турбизнес
на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

© ООО «Турбизнес»

В НОМЕРЕ

2 СОБЫТИЯ

10 НОВОСТИ ТУРОПЕРАТОРОВ

12 ТУРОПЕРАТОРЫ

HotelStar – новая звезда в созвездии «Випсервис»

АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

14 Электронная виза поможет росту турпотока в Россию

16 Workshop «Турбизнес»: продолжение следует

18 СТАРТАПЫ В ТУРБИЗНЕСЕ

Pomogator для агентств

и частных гидов

Вы не знакомы с Rent A Ride?

ТЕМА НОМЕРА

20 Лето: куда поедет российский турист?

24 Крым или Краснодарский край?

26 В санаторий хорошо ехать и летом, и в любое время года

ПРОФЕССИОНАЛ

28 Александр Иванов:
«Круиз – это выгодно»

РЫНКИ

31 Мал мала больше

32 Черногория: пока без виз

34 Хорватия: шаг за шагом

36 Малоизвестная Адриатика

38 Париж умеет удивлять

ГОСТИНИЦЫ

41 Конфликт: быть или не будет?

ФОКУС-ОТКРЫТИЕ



ХРЕСТОМАТИЯ ЖИВОПИСИ

46 В Мадрид, в музей!

VIP-клиент

47 Путешествие как игра





Госдума приняла закон о льготах при оплате отдыха в России

Госдума приняла в третьем окончательном чтении поправки в НК РФ, позволяющие предприятиям относиться к расходам на оплату труда (учитываемым при исчислении налога на прибыль) затраты на оплату отдыха сотрудников на территории России.

Документ был ранее внесен в Госдуму председателем комитета Совета Федерации по социальной политике Валерием Рязанским и получил одобрение бюджетного комитета Госдумы.

Размер расходов, понесенных на оплату услуг по организации внутрироссийского туризма, предлагается ограничить суммой в 50 тысяч рублей в год. При этом в расходы на оплату труда предлагается включать затраты работодателя не только на отдых сотрудника, но и затраты на отдых супруга или супруги, родителей, детей до 18 лет и детей до 24 лет, обучающихся по очной форме обучения. К затратам отнесены билеты (туда и обратно), оплата гостиницы, экскурсионные услуги.

В законопроект добавлена норма, согласно которой расходы, понесенные на оплату услуг по организации туризма, в совокупности с расходами по договорам добровольного личного страхования и договорам на оказание медицинских услуг не должны превышать 6% от расходов на оплату труда. Также в перечень оплачиваемых услуг были внесены санаторно-курортные услуги. Положения принятого закона применяются к договорам о реализации туристского продукта, заключенным начиная с 1 января 2019 года. По России путешествует более 10 млн человек. Если 1% туристов воспользуется льготой, то размер налоговых льгот составит около 5 млрд руб.



10 млн
россиян проводят отпуск на Родине



5 млрд
рублей составит ежегодный минимальный объем льгот на поездки по России



Вопрос месяца

КАКОЕ ВЛИЯНИЕ ОКАЖЕТ НЫНЕШНИЙ КРИЗИС НА РОССИЙСКИЙ ТУРПОТОК В ВЕЛИКОБРИТАНИЮ?

Россиянам станет сложнее получать английские визы **46,2%**

Россияне ждут сложности при пересечении британской границы **7,7%**

Для обычных туристов ничего не изменится **42,3%**

Великобритания заинтересует наших туристов еще больше **3,8%**

Источник: опрос на сайте tourbus.ru

Хайнань упрощает визовый режим

Как информирует Министерство общественной безопасности КНР, с 1 мая на территории провинции Хайнань будет действовать льготный визовый режим для граждан 59 стран, в том числе и россиян.

Срок возможного пребывания туристов при этом на территории провинции будет увеличен с 21 до 30 дней.

Как разъяснил в беседе с нами Евгений Глотов, руководитель отдела маркетинга компании China Travel: «Заявление не означает отмену визового режима на территории КНР».

С 1 мая 2018 года в силу вступает закон, позволяющий гражданам 59 стран попасть на остров по упрощенной системе, то есть при помощи специального «Списка группы туристов, въезжающих в КНР». При этом туристы должны прийти в компанию, обладающую правом вносить туристов в этот список.

«Крылья России-2018»

Торжественная церемония вручения Национальной авиационной премии «Крылья России» прошла в Москве.

Ежегодная церемония вручения премии стала традиционным местом встречи лидеров компаний и предприятий не только авиационного транспорта, но и авиапромышленности, финансового и страхового сектора.

В рамках конкурса также прошло интернет-голосование пассажиров за лучшую российскую и зарубежную авиакомпанию года. За право стать победителями боролись порядка ста соискателей.

В числе победителей — ПАО «Аэрофлот — российские авиалинии», компания «АЗУР эйр», авиакомпании «Победа», «РусЛайн», «Аврора» и «Рус Джет», также награждены АО «ЮТэйр-Вертолетные услуги» и международный аэропорт Шереметьево.

Событие года в отрасли — заслуга УК «Аэропорты регионов» (ввод в эксплуатацию аэропорта «Платов»).

Лучшая зарубежная компания года — Air Emirates.



«Крымская волна» заработала

16 апреля открылся новый терминал Симферопольского аэропорта «Крымская волна».

Общая площадь «Крымской волны» составляет 78 тысяч кв. м; предполагается, что аэропорт сможет одновременно обслуживать 3,65 тысячи пассажиров в час и 6,5 млн в год.

По словам Евгения Плаксина, генерального директора международного аэропорта Симферополь, новый терминал в три раза больше существующего аэровокзального комплекса Симферополь. Новый терминал полностью соответствует требованиям к безбарьерному пространству.

В новом здании расположено 55 стоек регистрации, 8 подвижных телетрапов и выходов к перронным автобусам, 16 эскалаторов и 28 лифтов; также множество ресторанов и кафе, комнаты отдыха.

Строительство продолжалось на протяжении двух лет, общая стоимость инвестиций в строительство оценивается в 32 млрд рублей.



6,5 млн
пассажиров обслужит «Крымская волна» ежегодно

Russian Business Travel & MICE Award: старт номинирования

1 апреля стартовало выдвижение соискателей на Девятую профессиональную награду Russian Business Travel & MICE Award в области делового туризма и MICE.

Организаторы RBT&MA приглашают компании, работающие в сфере делового туризма и MICE, побороться за престижную профессиональную награду.

Претендовать на награду могут бизнес-отели, конгрессные центры, организаторы конференций и инсентив-программ в России и за рубежом, российские ТМС-компании и агентства по обслуживанию корпоративных клиентов,

авиакомпании для бизнес-путешественников, национальные офисы по туризму, интернет-системы бронирования.

Для участия в конкурсе необходимо заполнить онлайн-анкету на сайте премии mice-award.ru.

Участие в RBT&MA является бесплатным. Каждая компания может подать заявку на участие не более чем в трех номинациях.

Номинирование на сайте премии продолжится до 15 июня, а уже с 16 июня начнется следующий этап — открытое онлайн-голосование за претендентов на награду.

Торжественная церемония награждения победителей и лауреатов RBT&MA 2018 пройдет 13 сентября в Центре Международной Торговли.



Албания снова стала безвизовой

Граждане России и ряда других стран могут посетить страну с загранпаспортом без предварительного получения визы в период с 1 апреля по 31 октября 2018 года.

Традиционно Албания ежегодно отменяет визы для россиян на время высокого туристического сезона. Так, в 2017 году безвизовый режим действовал с 31 мая по 15 ноября.

Как напоминает АТОР, в наступающем летнем сезоне в период с 19 июня до 11 сентября из Москвы в Тирану будет впервые выполняться прямой еженедельный чартерный рейс «Уральских авиалиний». Время в пути составит 3 часа 15 минут.

«До Тираны, кроме чартера «Уральских авиалиний», можно долететь на регулярных рейсах с пересадками в Белграде, Любляне, Вене, Стамбуле», — уточняет представитель «ПАКС» Оксана Колесникова.

Жителям Санкт-Петербурга также доступны туры в Албанию. Так, туроператор «TUI Россия» предлагает пакетные туры из Санкт-Петербурга с перелетом в аэропорт Тиват (Черногория), от которого до отелей в регионах Албании организуются трансферы.



Россияне полетели в Египет

«Аэрофлот» и Egypt Air стали летать по маршруту Москва — Каир.

11 апреля состоялся первый за 2,5 года рейс «Аэрофлота» из Москвы в Каир. Российский перевозчик будет летать из Москвы в Каир три раза в неделю на воздушных судах Airbus A320 из терминала F аэропорта Шереметьево.

По информации авиакомпании «Аэрофлот», на данный момент и до конца летнего расписания, которое будет действовать по 27 октября, на рейсы из Москвы в Каир уже забронировано около 3750 кресел, из Каира в Москву — более 3700.

С 11 июня по 2 июля частота рейсов между столицами России и Египта будет увеличена до ежедневной в связи с чемпионатом мира по футболу.

Авиакомпания Egypt Air будет совершать между столицами Египта и России три регулярных рейса в неделю — по вторникам, четвергам и воскресеньям.

Полеты будут осуществляться на Airbus A320.

Пассажиры, прибывающие из Москвы, будут обслуживаться в одном из терминалов аэропорта Каира, который оснащен новыми системами обеспечения безопасности. Параллельно следить за безопасностью пассажиров в аэропорту будет группа российских специалистов.

Пока сроки возобновления полетов на популярные египетские курорты не определены.

Между тем туроператор TEZ Tour уже ведет продажу туров на морские курорты Красного моря с перелетом до Каира.



МАЙЯ ЛОМИДЗЕ,

ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АТОР

Открытие авиаперелетов в Каир на туристический бизнес и выбор туристов никак не повлияют. Без прямых чартерных рейсов на курорты Египта туризм в страну в полном объеме не возобновится.

Компенсации за задержку рейса вырастут в 14 раз

Министерство транспорта РФ готовит законопроект об усилении ответственности авиаперевозчиков.

Согласно готовящемуся Минтрансом документу, новая сумма компенсаций пассажирам за необоснованную задержку рейса может вырасти в 14 раз и составить 339 руб. за каждый час задержки вылета. Однако в течение ближайших нескольких недель министерство должно утвердить окончательные положения законопроекта.

При этом известно, что сумма штрафа не сможет превысить 50% стоимости авиаперевозки.

Напомним, что в настоящее время за каждый час просрочки вылета рейса авиакомпания уплачивает штраф в размере 25 рублей — сумма совсем незначительная. Именно поэтому многие авиаперевозчики предпочитают оплатить незначительные штрафные санкции, но взамен обеспечить себе полную загрузку рейса.

Сейчас Минтранс продолжает внутриведомственное согласование поправок к Воздушному кодексу,

Время	Авиакомпания	Маршрут	Статус
08:35	SP-4412	Хабаровск	А 18: 21 4 Вылет
08:55	SP-4412	Хабаровск	А 18: 21 4 Вылет
12:05	SP-5271	Ю-Самарканд	А 18: 4 Вылет до 12:30
12:00	SP-4412	Ю-Самарканд	А 18: 51 1 Регистрация до 09:05
12:00	SP-4412	Ю-Самарканд	А 18: 51 1 Регистрация до 09:05
12:15	SP-1781	Москва	А 18: 21 7 Регистрация до 09:45
12:45	SP-1781	Москва	А 18: 21 7 Регистрация до 11:30
12:30	SP-124	Красноярск	А 18: 21 7 Регистрация до 11:30
12:00	SP-1781	Москва	А 18: 21 7 Регистрация до 11:30
12:20	SP-124	Батуми	А 18: 21 7 Регистрация до 11:30
12:20	SP-124	Москва	А 18: 21 7 Регистрация до 11:30
12:00	SP-1781	Москва	А 18: 21 7 Регистрация до 11:30
12:45	SP-1781	Москва	А 18: 21 7 Регистрация до 11:30
12:45	SP-1781	Москва	А 18: 21 7 Регистрация до 11:30

работу планируют завершить в течение нескольких недель. Известно, что штрафные санкции не будут возлагаться на авиакомпании за рейсы, отложенные по причине погодных условий и из-за возникших форс-мажорных ситуаций, а также при угрозе безопасности пассажиров.



«Победа»: новые направления

Отечественный лоукостер «Победа» открыл продажу билетов на новые международные рейсы Берлин и Батуми.

Полеты в Батуми будут выполняться с 25 мая по 14 сентября два раза в неделю из Ростова-на-Дону со специальной удобной стыковкой в Москве вплоть до 14 сентября, — рассказали нам в пресс-службе перевозчика.

Кроме того, «Победа» с 26 апреля начала выполнять регулярные рейсы между Москвой и Берлином, сообщает компания.

Полеты будут выполняться по четвергам и воскресеньям с дополнительными рейсами на майские праздники. Рейсы будут совершаться в берлинский аэропорт Тегель.

Кроме того, «Победа» начала полеты в Штутгарт. В шестой по величине город Германии, столицу земли Баден-Вюртемберг, сегодня не летает ни один перевозчик, а ведь земля Баден-Вюртемберг это и знаменитый Баден-Баден и один из крупнейших в мире тематических парков «Европа-парк», и замечательное Боденское озеро...

Germania: из Петербурга в Дрезден за 69 евро

Туроператоры заинтересовались новыми рейсами немецкого авиаперевозчика, которые стартовали 27 апреля.

Дрезден — главный город Саксонии — можно назвать культурной столицей Германии. Здесь насчитывается около 13 тысяч достопримечательностей, много интересных музеев, прекрасных дворцов и замков, живописных парков. Кроме того, есть возможности для активного туризма, включая велосипедные поездки и даже посещение горных шахт. Конечно, в Дрездене много исторических пивоварен

и других традиционных немецких заведений, привлекательных для российских туристов.

Авиакомпания Germania с конца апреля открывает прямые рейсы из Дрездена в Санкт-Петербург. Туроператоры будут формировать свои программы в Германию на рейсах немецкой авиакомпании.

Полетную программу в Северную столицу Germania будет выполнять

по летнему расписанию. Рейсы стартуют с 26 апреля. Полеты из Петербурга в Дрезден будут выполняться по пятницам и понедельникам, время вылета из Пулково — 4.05. Из Дрездена — по четвергам и воскресеньям, время вылета — 22.45. Время в пути между городами составит 2 часа 35 минут.

Много нового о Саксонии можно узнать, поступив в онлайн-академию «Саксония». Адрес: www.saxony-learning.ru



Артем Чернышов впервые провел выставку MITT в качестве директора

«Выставка 2018 года стала для нас, как организаторов, очень показательной. В этом году мы сделали много существенных улучшений и надеемся, что наши участники и посетители смогли в полном объеме ощутить результат от их внедрения. Об этом, кстати, свидетельствуют и цифры статистики выставки», — сказал г-н ЧЕРНЫШОВ в интервью portalу tourbus.ru.

Он также отметил обновленную деловую программу MITT, включившую в себя мероприятия в совершенно новых форматах — от интерактивных ток-шоу до практических сессий «MITT Академии». Статистика мероприятий деловой программы превысила все ожидания: 111 спикеров предложили профессиональному сообществу для обсуждения 75 тем в ходе 16 конференц-сессий.

Среди новшеств прошедшей выставки Артем Чернышов выделил электронную улучшенную систему назначения встреч Matchmaking между

участниками и посетителями, «которая не просто работала до и во время выставки, но и продолжает работать сейчас, после выставки, для тех, кто хочет и после выставки устанавливать целевые контакты и развивать партнерство. Мы хотим сформировать деловую социальную сеть выставки MITT».

В 1998 году Артем Чернышов начал свою карьеру в тризме. В его портфолио — много интересных отраслевых проектов.

«Я уверен, что применение моего 19-летнего опыта работы в тризме

будет полезным и актуальным при планировании и подготовке предстоящих выставок MITT, потому что я очень хорошо знаю и понимаю те проблемы и нужды, которые в данный момент испытывают игроки туристического рынка. Причем знаю об этом не понаслышке, а самостоятельно пройдя весь профессиональный путь от агента по бронированию до генерального директора», — говорит Артем Чернышов.

Полный текст интервью можно прочитать на сайте tourbus.ru

На Кубе без визы можно остаться на 90 дней

Правительство России одобрило проект нового соглашения о безвизовых поездках между Россией и Кубой, в соответствии с которым максимальный срок пребывания россиян без визы на Кубе увеличится до 90 дней, — сообщил официальный интернет-портал правовой информации.

В соглашении, опубликованном на сайте, отмечается, что граждане Российской Федерации и Кубы смогут без визы «въезжать, выезжать, следовать транзитом и пребывать на территории России или Кубы без виз до 90 дней в течение каждого периода в 180 дней, счи-

тая с даты первого въезда». Те, кто собирается пребывать и проживать на территории государства другой стороны более 90 дней, должны оформить визу, в соответствии с законодательством государства въезда.

Между Кубой и Россией уже существует соглашение



о безвизовом обмене туристами со сроком пребывания до 30 дней.

Мария Алешина, менеджер отдела продаж компании Pegas Touristik, сообщила: «Особенного увеличения спроса по сравнению с прошлым годом мы не заметили. Но спрос

на Кубу есть. Часто туда запрашивают туры семейные пары с детьми, туристы пенсионного возраста. Средняя продолжительность туров составляет 10–15 дней. Увеличение безвизового пребывания, безусловно, должно помочь росту спроса».

ВСЕ РОССИЙСКИЕ АВИАКОМПАНИИ
И БОЛЕЕ 40% ЗАРУБЕЖНЫХ ПЕРЕВОЗЧИКОВ В СЕТИ ТКП
АККРЕДИТАЦИЯ И ПОДКЛЮЧЕНИЕ В КОРОТКИЕ СРОКИ
ВЫГОДНЫЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ
МЕЖДУ АГЕНТАМИ И АВИАКОМПАНИЯМИ
ЕДИНЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ И ОТЧЕТНОСТЬ

ТКП

ТРАНСПОРТНАЯ КЛИРИНГОВАЯ ПАЛАТА

РАБОТА С АГЕНТАМИ В РЕЖИМЕ «ОДНОГО ОКНА»
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЗАИМОРАСЧЕТОВ С АВИАКОМПАНИЯМИ
ЗАЩИЩЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРОДАЖ ПЕРЕВОЗОК
ЕДИНАЯ ПЛОЩАДКА УСЛУГ ДЛЯ ПАССАЖИРОВ

**С 1994 ГОДА РАБОТАЕМ
В ИНТЕРЕСАХ ОТРАСЛИ И ПАССАЖИРОВ!**

ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!

WWW.TCH.RU
+ 7 (495) 788 12 15
SALES@TCH.RU

 /TRANSPORT CLEARING HOUSE


ТРАНСПОРТНАЯ КЛИРИНГОВАЯ ПАЛАТА



Израиль поддержит российских туристов

Израильские власти приняли решение продолжить и расширить программу поддержки российских чартеров. Речь идет о тех рейсах, которые привозят туристов на Красное море.

Программа субсидирования чартерных авиарейсов из России в Эйлат (аэропорт Овда, Израиль) продлена на 2018–2019 годы, сообщили в Министерстве туризма Израиля. Увеличены на 25% и сами суммы компенсации, — информирует АТОР.

«В рамках программы субсидирования рейсов Министерство туризма Израиля будет возмещать компаниям, организующим перелеты в аэропорт Овда, сумму в размере 60 евро за каждого пассажира», — сообщают в министерстве.

Согласно новым объявленным срокам, программа будет действовать в период с 1 сентября 2018 года по 31 мая 2019 года, исключая периоды 23–30 сентября, а также 19–26 апреля. Заявки на участие в программе могут подать только компании, совершившие не менее 16 перелетов в Овду и обратно. Последний срок подачи заявки — 15 октября 2018 года.

По последним данным, в период с 3 сентября 2017 года по 25 января 2018 года из России в аэропорт Овда было выполнено 111 рейсов со средней загрузкой 80%. За отчетный период на этих рейсах в Эйлат прибыло 17 643 гостя из России, что на 5% больше, чем в аналогичный период прошлого года.



400 тысяч

российских туристов отдохнули в Израиле в 2017 году, это на 40% больше, чем годом ранее.

В Москве открывается турафис Катара

Управление по туризму Катара (QTA) открывает представительство в России.

На мероприятии для прессы, посвященном этому событию, присутствовали посол эмирата Катар в России г-н Фахад Бин Мохамед Аль-Аттыйя, председатель Управления по туризму г-н Хасан Аль-Ибрагим и г-н Рашид Аль-Куресе, главный специалист по маркетингу и продвижению QTA.

Основной целью встречи стала презентация туристических возможностей Катара, стремление показать свою заинтересованность в российском рынке и анонсирование открытия московского турпредставительства эмирата, десятого по счету в мире.

Катар как туристическое направление получил известность благодаря своему архитектурному наследию, историческим и культурным памятникам, уникальной гастрономии, а также развитой туристической инфраструктуре.

Историческим и культурным центром страны признана столица государства Доха. Столица Катара привлекает туристов своим Старым городом, фортом, белоснежными мечетями, набережной Корниш и многочисленными музеями.

Катар — популярное направление не только для экскурсионного и пляжного туризма, но и для проведения различных масштабных MICE-мероприятий.

При этом здесь широко развивается и событийный туризм — так, эмират стал первой арабской страной, выбранной площадкой для проведения чемпионата мира по тяжелой атлетике 2019 года, в 2022 году здесь будет чемпионат мира по футболу, а в 2023 году — чемпионат мира по водным видам спорта.

Срок безвизового пребывания на территории Катара для граждан России составляет 30 дней, он легко может быть продлен на аналогичный период.

В течение января — февраля 2018 года Катар показал четырехкратное (+430%) увеличение числа посетителей из России по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — страну посетило около 10 тысяч россиян.



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

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

КАЛЕНДАРЬ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» ОСЕНЬ 2018

СЕНТЯБРЬ	17–21	ПЯТИГОРСК → СТАВРОПОЛЬ → КРАСНОДАР → РОСТОВ-НА-ДОНУ → ВОЛГОГРАД
СЕНТЯБРЬ	24–28	НИЖНИЙ НОВГОРОД → КАЗАНЬ → УЛЬЯНОВСК → ТОЛЬЯТТИ → САМАРА
	01–05	ОКТАБРЬ УФА → ЧЕЛЯБИНСК → ТЮМЕНЬ → ЕКАТЕРИНБУРГ → ПЕРМЬ
	8–11	ОКТАБРЬ РЯЗАНЬ → ВЛАДИМИР → КОСТРОМА → ЯРОСЛАВЛЬ
	11–12	ОКТАБРЬ КАЛИНИНГРАД → МИНСК
	15–19	ОКТАБРЬ ЛИПЕЦК → ВОРОНЕЖ → БЕЛГОРОД → ОРЕЛ → ТУЛА
	22–24	ОКТАБРЬ АРХАНГЕЛЬСК → САНКТ-ПЕТЕРБУРГ → МУРМАНСК
	25	ОКТАБРЬ МОСКВА
	29–31	ОКТАБРЬ АЛМАТЫ → АСТАНА
НОЯБРЬ	07	ТАШКЕНТ

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

РЕГИОНЫ РФ: 19 000 руб. (1 город)

СНГ: 26 000 руб. (1 город)

для российских компаний.

В СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ ВХОДЯТ:

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

ИСПАНИЯ — ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРЕДЛАГАЕМ:

- организацию мастер-классов

Россия:

20 мин. — 6 000 руб.,

30 мин. — 9 000 руб.,

40 мин. — 12 000 руб.

СНГ:

20 мин. — 10 000 руб.,

30 мин. — 14 000 руб.,

40 мин. — 19 000 руб.

- участие в бизнес-завтраках в рамках проведения workshop — от 15 000 руб.
- доставку материалов к рабочему месту в российские города (от 56 руб./кг.)
- пакеты обслуживания (от 9 000 руб. в российских городах вкл. трансферы по программе, обеды и проживание, СНГ от 14 000 руб. в одном городе)
- заочное участие в workshop (Россия 9 500 руб., СНГ 13 000 руб.)

БОНУС УЧАСТНИКАМ:

бесплатное размещение текстовой информации о компании в журнале «Турбизнес».

- Возможно незначительное изменение в порядке городов и датах проведения.

- Скидки на участие предоставляются индивидуально,
- При самостоятельной доставке каталогов в города проведения workshop разгрузка и погрузка к рабочему месту оплачивается дополнительно!

ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

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

Руководитель отдела:

Заместитель руководителя отдела:

Координатор отдела:

Менеджеры отдела:

Людмила Сивова

Кристина Сивова / k.sivova@tb-workshop.ru

Виктория Перова / perova@tb-workshop.ru

Валерия Лукутина / wshotels@tourbus.ru

Илья Плясунов / i.plyasunov@tb-workshop.ru



ЗА 19 ЛЕТ ИД "ТУРБИЗНЕС" ПРОВЕДЕНО СВЫШЕ 630 WORKSHOP В 73 ГОРОДАХ РОССИИ, СТРАН СНГ, ЕВРОПЫ И АЗИИ



ANEX Tour будет развивать новые форматы отдыха

Туроператор ANEX Tour в 2018 году расширяет свой ассортимент познавательной «экскурсионкой», гастрономией, медицинским туризмом и комбинированными турами.

Компания делает упор на диверсификацию продукта в сторону тематического непляжного туризма. Помимо прочего, это шаг к новым форматам, расширяющим горизонты знаний и спектр эмоций самого туриста, — и это именно то, что хотят потребители.

Такие туры можно сегодня делать с широкой географией: от Европы до Шри-Ланки. На данный момент в ассортименте ANEX Tour уже есть готовые экскурсионные туры на базе GDS-пакетов по Чехии, Испании, Азербайджану, Турции (Стамбул), Португалии, Грузии, Италии, также в ближайших планах две новинки этого сезона — Хорватия и Швейцария.

В планах компании расширение линейки экскурсионных и комбинированных предложений по России. Из новинок стоит отметить туры на Дальний Восток, в частности в Приморский и Хабаровский край, есть и продукты в комбинации с КНР.

Сейчас туроператор активно работает над направлением, чтобы предложить клиентам и партнерам по-настоящему разнообразный продукт. Среди уже озвученных планов: Краснодарский край и Кавказские Минеральные Воды, расширение продукта по Калининграду, экскурсионные, лечебные и событийные туры. Кроме того, в этом сезоне ANEX Tour планирует более плотно работать с курортами Краснодарского края (например, Анапа и Геленджик), в этих регионах все больше появляется объектов размещения очень хорошего уровня. В ассортименте уже появились предложения по оздоровительным турам в Сочи.

Лето в Албании и Японии

Туроператор «Интурист» в этом сезоне открывает два новых направления: Албания и Япония.



Полетная программа в Албанию стартует 19 июня. Стоимость тура продолжительностью 7 ночей на двоих начинается от 63 056 рублей с перелетом Москва–Тирана–Москва, трансфером и страховками.

Экскурсионные туры в Японию «Токио сегодня и завтра» и «Классическая Япония» начинаются 2 июня. Период заезда с 3 июня по 14 октября. Стоимость восьмидневного тура с проживанием и экскурсиями начинается от 171 292 рублей.



Эльзас, спорт и живопись

BSI Group — компания, которая знаменита необычными продуктами. В этом сезоне она вновь представит оригинальные новинки.

Компания расширяет свой портфель редкостей и с 2017 года занимается спортивным туризмом. Это сложное направление, поэтому на рынке таких операторов совсем немного. BSI Group занимается организацией туров на спортивные события по всему миру, организует поездки на соревнования по самым различным видам спорта. Это комплексный продукт, куда входит все — от авиаперелета до билетов на соревнования.

Среди новинок нестандартных туров выделяются две программы. Первая, под названием «Знаток Эльзаса», предполагает посещение Парижа, Страсбурга, Кольмара, а также парков развлечений Disneyland Paris и «Европа-Парк».

Вторая будет интересна любителям фламандской живописи. Она так и называется — «Арт дуэт Голландия&Бельгия» и позволяет открыть для себя все разнообразие культурного и художественного наследия таких удивительных стран, как Голландия и Бельгия.

«Музенидис Трэвел» стал официальным партнером Года туризма Россия–Греция

Этим летом туроператор планирует летать в девять регионов Греции из 15 городов России.

Как рассказали нашему portalу в пресс-службе туроператора, в Министерстве культуры Российской Федерации состоялось подписание соглашения о том, что компания-туроператор «Музенидис Трэвел» является официальным партнером проекта «Перекрестный Год туризма между Россией и Грецией — 2018».

На церемонии подписания стороны представили Борис Музенидис, президент холдинга Mouzenidis Group, в который входит туроператор, Алла Манилова, заместитель министра культуры РФ, и Елена Кундура, министр туризма Греции.

В рамках соглашения официальный партнер «Перекрестного Года туризма между Россией и Грецией» принял обязательства по обеспечению рекламной и PR-поддержки проекта.

Присвоение статуса официального партнера «Музенидис Трэвел» — это признание и доверие к бренду со стороны Греции и России, ответственный шаг в работе на текущий год, открывающий перспективы для дальнейшего культурного обмена между двумя странами, для облегчения визовых процедур, для участия в насыщенной программе мероприятий в рамках перекрестного года, перспективы для двустороннего развития выездного и въездного туризма, — отметили в компании.



«Музенидис Трэвел» запускает активное рекламное продвижение двустороннего Года туризма в 15 городах России, к проекту будут приурочены обучающие и презентационные мероприятия «Музенидис Трэвел» в онлайн- и офлайн-форматах в России (всего более 200 мероприятий).

Отметим, что в 2017 году компания «Музенидис Трэвел» приняла в Греции свыше 400 тысяч туристов. В рамках туров клиенты компании получили 90% многократных греческих виз, из которых 40% выданы на срок три года. В текущем году прогнозируется общий рост турпотока компании на 30%, вместе с тем будет выдано на 10% больше многократных греческих виз.

Активно продвигая проект «Перекрестный Год туризма России и Греции», компания обновила полетную программу на сезон-2018 — прямые авиарейсы соединят 15 городов России с девятью регионами Греции. При этом два направления авиаперевозки — в Ханью и Кавалу — предлагаются туроператором эксклюзивно с перелетом собственной авиакомпанией Ellinair.

Активно действует и собственная цепочка отелей туроператора в Греции Vomo Hotels, в которую сейчас входит уже 12 гостиниц.

Space Travel продвигает Албанию и обучает турагентов

Компания Space Travel запускает чартерную программу в Албанию. Туристы будут прилетать в аэропорт Тираны

Несомненно, отмена виз способствует увеличению турпотока в страну, росту спроса помогает и прямое чартерное сообщение, которое заявлено с 19 июня по 11 сентября текущего года.

Интерес к Албании среди клиентов компания заметила еще в прошлом году. Направление не избаловано российскими туристами, которым там искренне рады. У Албании множество плюсов: короткий прямой перелет, привлекательная пакетная цена, низкие цены внутри страны, новое для

многих место. Это и есть слагаемые успеха Албании на российском рынке.

Помимо этого, среди бесспорных преимуществ Албании: отличные условия для семейного отдыха, в том числе детского, прекрасное чистое море, безопасность, радушие и гостеприимство албанцев. Конечно, интереснейшая экскурсионная программа.

Для решения нетривиальных задач и организации элитного отдыха в компании действует новый сервис Space Concierge Privilege Club.



Компания также заинтересована в качественном обучении турагентов, для них организована школа Space School, где небольшие группы учащихся всегда находятся в тесном контакте с руководителем направления.

HotelStar — новая звезда в созвездии «Випсервис»

Исполнительный директор холдинга «Випсервис» ИРИНА СОЛОВЬЕВА рассказывает, почему крупнейший билетный консолидатор страны решил вывести на рынок собственный отельный продукт и что уже этой осенью будет реализовано в новой разработке компании.

Холдинг «Випсервис» анонсировал запуск собственного сервиса бронирования отелей осенью 2018 года. Как в компании, занимающей лидирующие позиции в билетном бизнесе, зародилась идея создания отельного агрегатора?

За многие годы работы мы сформировали надежную дистрибутивную сеть, которой можем предложить привлекательные условия сотрудничества не только в билетном бизнесе, но и при бронировании отелей.

Год от года рынок авиаперевозок демонстрирует рост, но вот доходы агентов от продажи авиабилетов снижаются. Холдинг «Випсервис» в этом отношении устойчив за счет диверсификации бизнеса и традиционно сильных позиций в работе с поставщиками. Именно они позволяют нам транслировать субагентам выгодные условия продаж. Тем не менее, наблюдая мировые тенденции, мы думаем о будущем. Собственная система бронирования отелей — это доходный бизнес с хорошими перспективами роста, который идеально дополняет наш билетный продукт.

Как эволюционировал отельный бизнес в холдинге?

Возможность бронирования гостиниц по конкурентным ценам была реализована



уже в первой версии «Портбилет». В 2016 году в системе произошло существенное обогащение гостиничного контента, а в «Портбилет 2.0» мы сделали принципиальный рывок, дав рынку продукт, возможности которого позволяли решать задачи не только туристического агентства, но и компании, организующей деловые поездки.

Сейчас отельный контент «Портбилет 2.0» предлагает большой ассортимент гостиниц в России и за ее пределами и позволяет реализовать простые функции управления трэвел-политикой корпоративного заказчика. Этот продукт удовлетворил потребности маленьких и средних ТМС и трэвел-агентств.

Радуюсь успехам «Портбилет 2.0», мы в то же время понимали, что впереди — новый этап, задача которого — вывести отельные продажи на новый уровень. Эволюцией в этом направлении стала система HotelStar. Над ней мы работаем уже полгода. В HotelStar будет реализован весь необходимый функционал для работы с крупными ТМС, к уже имеющимся поставщикам добавятся новые, будет возможна интеграция посредством API во внешние продукты, станет еще более быстрой и эффективной работа в целом. У нас уже есть уверенность, что проект состоится и будет успешным. Сейчас завершается работа над первым этапом, а осенью мы представим рынку плод наших трудов.

Какие принципиальные задачи вы решали? Что нужно заложить в систему, чтобы она «выстрелила»?

HotelStar станет единой площадкой, которая будет учитывать интересы и особенности работы корпоративных бизнесов и туристических агентств. Кроме того, с ее помощью мы вдохнем еще большую энергию в проект динамического пакетирования, который сейчас развивает ОТА «Билетикс» — бизнес холдинга, специализирующийся на розничных продажах.

Корпоративному бизнесу холдинга HotelStar даст возможность автоматизировать процесс управления прямыми договорами с отелями, реализовать квалифицированную клиентскую поддержку и работу с офлайн-заказами. Субагентам, корпоративным и прямым клиентам наша система предложит современные технологии, конкурентные цены и выгодные условия сотрудничества.

Что отличает HotelStar от конкурентов?

«Випсервис» предлагает не просто отельный продукт от лучших поставщиков, но и свои гарантии, надежность бренда. Мы словно раскрываем зонтик над всеми продажами, которые совершаются через нас. Принимая на себя часть рисков наших клиентов, позволяем им работать с теми поставщиками, с которыми раньше они не работали. А главное, в HotelStar реализована прозрачная схема бизнес-сотрудничества: партнеры сами управляют своей доходностью и получают от нас все необходимые бухгалтерские документы и инструменты.

Еще одним важным преимуществом HotelStar я считаю полный уход от аутсорсинга. Все программные разработки ведутся внутри холдинга «Випсервис», что обеспечивает высокую адаптивность агрегатора к нашим задачам, возможность быстрой реакции на получаемую обратную связь от пользователей. Сектор поддержки традиционно будет полностью состоять из сотрудников холдинга, мы сами их обучаем и следим за профессиональным ростом.

Обещание рынку работать так, чтобы нас выбирали сердцем, заставляет нас внимательно вникать в потребности наших клиентов и инвестировать в необходимые им услуги и решения. Уверена, что HotelStar не станет исключением из этого правила и мы добавим еще одну «счастливую звезду» в свою коллекцию решений для и во имя успеха наших клиентов. **ТВ**

HotelStar — новый онлайн-продукт холдинга «Випсервис». Высокотехнологичная онлайн-система интегрирует предложения основных поставщиков отельного рынка России и крупных иностранных холстейлеров. HotelStar будет использоваться для развития отельных продаж через продукты холдинга — «Портбилет 2.0» и «Билетикс», а также как самостоятельный проект.

ЧЕМ БУДЕТ ИНТЕРЕСЕН HOTELSTAR ПАРТНЕРАМ-СУБАГЕНТАМ



ИРИНА ВАСИЛЬЕВА,

ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА КОММЕРЧЕСКОЙ РАЗРАБОТКИ НАЗЕМНЫХ УСЛУГ ХОЛДИНГА «ВИПСЕРВИС»

Мы интегрируем в нашу систему предложения от лучших поставщиков. К уже существующим осенью добавятся Booking.com, «Островок», Travco, Sabre. Разместив на своем сайте систему бронирования HotelStar, агент получает возможность предлагать клиентам быстрый выбор из самого широкого спектра предложений. Кроме того, мы пересмотрели ценовую политику, теперь будем предлагать нашим партнерам нетто-цены, к которым пользователи сами смогут добавить желаемую наценку, исходя из своих потребностей.

Отдельной строкой хочу упомянуть быстрое действие, удобный интерфейс и широкие возможности фильтрации поисковых результатов для быстрого и эффективного поиска лучших предложений.

Ирина Васильева с октября 2017 года возглавляет работу над HotelStar, новым гостиничным онлайн-продуктом холдинга. До прихода в «Випсервис» Ирина занимала должность заместителя генерального директора UTS Group, где руководила проектами Hotelbook для трэвел-агентств и UTS24 для корпоративных клиентов.

Электронная виза поможет росту турпотока в Россию



По данным Всемирной Туристской Организации при ООН (UNWTO), въездные визы относятся к основным барьерам на пути развития международного туризма. Сейчас многие страны мира включаются в борьбу за туристические потоки и упрощают визовые процедуры для иностранных туристов. Так, за период в 7 лет во всем мире выросло количество туристов, путешествующих без получения традиционной визы, с 23% до 39%. Российский турбизнес и государство заинтересованы в наращивании туристического потока в Россию из стран, чьи туристы много путешествуют и много тратят на свои путешествия. При этом важно соблюсти принцип взаимности, обеспечить безопасность, а также контроль за въезжающими иностранцами. Все эти вопросы поможет решить так называемая электронная виза, считает АЛЕКСЕЙ ЦЫГАНОВ, помощник председателя Комитета Совета Федерации по международным делам и председатель Совета директоров группы компаний «Атлантис Лайн». Своим видением разрешения данной проблемы он поделился с нашим корреспондентом.

В чем суть электронной визы и насколько ее получение проще и доступнее визы обычной?

Электронная виза — это не отмена виз, это современная форма оформления въездной визы для туристов, кстати, прекрасно себя зарекомендовавшая в мировой практике. Для получения традиционной визы туристу необходимо посетить визовый центр или Консульство Российской Федерации для подачи документов на визу. Затем ему необходимо приехать для получения паспорта с готовой визой или получить паспорт почтовым отправлением, что также сопряжено с финансовыми затратами. В случае с оформлением электронной визы все гораздо проще. Достаточно запол-

нить анкету на сайте Консульского Департамента МИД РФ, приложить несложный комплект документов в электронной форме и ожидать получения визы.

Благодаря нашим усилиям в России уже сейчас в качестве эксперимента выдаются электронные визы. Так, на Дальнем Востоке с 8 августа прошлого года граждане 18 государств могут получить электронную визу для въезда в РФ через пограничные пункты пропуска, расположенные на территории свободного порта Владивосток. Электронная виза выдается в срок не более четырех календарных дней на недельный срок. Пока в рамках пилотного проекта электронные визы выдаются без взимания каких-либо сборов. По нашим данным, за период с 8 августа

На долю въездного туризма уже сейчас приходится более

30%

от всего российского экспорта услуг.

по 25 декабря 2017 года выдано 6044 электронных виз иностранным гражданам для въезда через государственную границу РФ. И это большая цифра, учитывая, что в порядке эксперимента возможность оформления электронной визы предоставляется только для граждан 18 стран и только на Дальнем Востоке. Важно отметить, что за этот период программные и аппаратные средства специализированного сайта МИД РФ и автоматизированной информационной системы функционировали устойчиво, без существенных замечаний. По моему мнению, эксперимент по внедрению в России электронных виз можно считать весьма успешным.

Почему вы занимаетесь этим вопросом? Что сподвигло взяться за столь сложное и трудоемкое дело?

Меня всегда привлекает общественно-политическая деятельность. Масштабные проекты. Путешествуя по России, общаясь с представителями нашего турбизнеса, я вижу, что российский турбизнес готов работать над импортозамещением и наращивать экспорт туруслуг. Кстати, по оценкам экспертов, на долю въездного туризма уже сейчас приходится более 30% от всего российского экспорта услуг. Наши гостиницы, наши гиды, наши пароходства и наши туркомпании нуждаются в состоятельных клиентах, и это нормально для всего мирового турбизнеса. К сожалению, существующий традиционный порядок оформления въездных виз является существенным препятствием. К примеру, перед европейским туристом стоит выбор: не выходя из дома, за полчаса купить авиабилет, забронировать отель и уехать отдыхать или прежде чем сделать все это, ходить и получать визу в Россию.

Об этой проблеме говорит наш президент. Поэтому введение электронных виз полностью соответствует его поручению по упрощению порядка, процедуры и сокращению сроков оформления виз для иностранных туристов из стран, формирующих основные турпотоки.

Идею введения электронных виз активно поддерживают наши ведущие политики: Председатель Комитета Совета Федерации по международным делам Косачев Константин Иосифович и Председатель Комитета Совета Федерации по социальной политике Валерий Владимирович Рязанский. Благодаря их усилиям проект, направленный

на развитие въездного туризма в Россию, приобретает конкретные формы и начинает реализовываться.

Что вдохновляет и мотивирует? Конечно, примеры. Любое визовое послабление резко увеличивало число иностранных туристов в Россию. Когда в Санкт-Петербурге было введено 72-часовое безвизовое пребывание для круизных туристов, это привело к увеличению их числа в 2,5 раза, до 700 тысяч в год.

Что можно еще сказать об экономическом эффекте от введения системы электронных виз?

Многим иностранцам нравится Россия, многие хотят в нее приехать. Вы удивитесь, но, несмотря на внешний фон, число граждан США, приехавших в Россию в 2017 году, выросло на 18%, но цифры пока еще скромные.

Жители ЕС тратят на туристические поездки за границу более 220 млрд евро в год. И часть этих средств может и должна «вливаться» в нашу экономику.

В случае введения въездных виз в Россию в электронной форме ожидаемый эффект увеличения поступлений в бюджет Российской Федерации от взимаемых консульских сборов составит миллиарды рублей.

Пилотный проект запущен. И что дальше?

Отрадно, что он получил свое продолжение: с 1 июля 2019 года в Калининградской области тоже будет внедрен упрощенный порядок оформления однократных деловых, туристических и гуманитарных виз в электронной форме. Заявление и анкету можно будет подать на соответствующем сайте.

После обработки результатов работы системы выдачи электронных виз иностранным гражданам на территорию свободного порта Владивосток и свободной экономической зоны в Калининградской области будет приниматься решение о введении электронных виз в масштабах страны. От этого выиграют все. И не только принимающие туркомпании, российские отели, но и экономика нашей страны. Увеличатся доходы и поступления в бюджет, а значит, будут дополнительные средства, в том числе и на выплату пенсий, пособий на детей и другие социально значимые расходы. От этого выиграют и рядовые граждане. Посмотрите, как туризм преобразует города. [ТБ](#)

Введение в Санкт-Петербурге 72-часового безвизового пребывания для круизных туристов привело к увеличению их числа в 2,5 раза, до

700 ТЫСЯЧ
в год.

Беседовал Игорь Тихонов

Workshop «Турбизнес»: продолжение следует

Традиционный весенний региональный workshop «Турбизнес» близится к завершению. В весенней сессии workshop — 34 города юга страны, Поволжья, Урала, Западной Сибири и Центральной России, где уже прошли десятки встреч с профессионалами туротрасли. Впереди ждут столицы стран ближнего зарубежья.



В календаре весенних мероприятий немало дебютов: появились такие города, как Иваново, Кострома, Вологда, Калуга, Брянск, Смоленск и Бишкек.

Еще одна важная новация workshop — в семи городах мероприятия впервые проходили в формате назначенных встреч, которые позволили сделать рабочий день насыщенным, а встречи — максимально эффективными.

Напомним, что мероприятия workshop «Турбизнес» проводятся начиная с 1998 года и за 20 лет было проведено уже более 650 деловых встреч в семи десятках городов России, стран СНГ и Европы.

Участники встреч (туроператоры, национальные офисы по туризму, страховые фирмы, системы бронирования, авиакомпании, гостиничные цепочки, сети отелей, санатории, пансионаты, музеи) и посетители мероприятий (директора и топ-менеджеры агентств) также отмечают, что именно формат прямого общения и непосредственного диалога особенно важен и полезен сегодня.

В этом году профессиональные весенние мероприятия вновь радуют большим интересом профессиональных посетителей.

В каждом из крупных городов мероприятия в рамках workshop посещали от 100 до 250 профессионалов регионального туризма, в небольших — от 40 до 90. Максимальное количество заинтересованных гостей, как всегда, собрали города Краснодар, Ростов-на-Дону, Самара, Казань, Уфа, Пятигорск, Челябинск, Нижний Новгород, Екатеринбург, Тюмень.

Наибольшим спросом пользовались мастер-классы таких компаний, как «Туртранс-Вояж», «Натали Турс», Mouzenidis

Travel, Pac Group, «Профкурорт», Breeze Line, «Кандагар», а также семинары, организованные Министерством туризма Доминиканской Республики.

Среди наиболее популярных тем мастер-классов: «Саксония — красивейшая земля Германии», «Туры в Санкт-Петербург. Тренды сезона», «Жемчужина Южного Китая — Гуанчжоу», «Отдых летом в горах на курорте «Роза Хутор», «Экскурсионные туры по Европе и Скандинавии», «Программа «Открытый Юг» от «Росюгкурорта», «Лечебные курорты и новые направления от «Профкурорта», «Речные круизы от компании «ВодоходЪ» и др.

Большим интересом пользовались и мастер-классы от управляющей компании Maxima Hotels, в которую входят четыре бизнес-отеля в Москве и ряд подмосковных гостиниц высокого уровня.

В каждом городе туркомпанией «Машук» из города Пятигорск производился розыгрыш одной поездки на Домбай и одной поездки на Эльбрус.

Как отметил Игорь Тришин, директор туроператорской компании «Пегас Самара»:

«Мы очень рады участвовать в данных мероприятиях. Уже более 11 лет сотрудничаем с ИД «Турбизнес», и это стало хорошей традицией. Думаю, что workshop «Турбизнес» — отличный канал деловой коммуникации между операторами и розницей. Радует высокий профессионализм организации встреч — это не банальная «раздача каталогов», а эффективное B2B-мероприятие с лекциями, мастер-классами, деловыми завтраками».

Напомним, осенняя сессия workshop «Турбизнес» продолжит движение по нашей стране с 17 сентября по 7 ноября и пройдет в 34 городах РФ и СНГ. **ТБ**



1



2



3



4



5



6



7

1 Елена Петрушенко, компания «Водоходъ».

2 Представители авиакомпании AIR MOLDOVA разыграли призы для посетителей.

3 Олег Полешко пригласил открыть Москву по-новому в сети московских бизнес-отелей Maxima Hotels. Для бизнеса, для отдыха, для всей семьи.

4 Кирилл Нефедов, компания «Слетать.ру», рассказал, как построить успешный бизнес.

5 Анна Гипич, компания по развитию туризма при правительстве Саксонии, Чжу Лян и Наталия Науменкова, China Southern Airlines и Московский Центр по Туризму Гуанчжоу.

6 PAC GROUP: все готово к началу работы.

7 На семинарах Министерства туризма Доминиканы нет свободных мест.

Ромогатор для агентств и частных гидов

Этот сервис поможет турагентам, которые не только занимаются продажей готовых туров, но и организуют экскурсии.

Именно на такие компании и ориентирован новый проект Romogator.Travel (<https://pomogator.travel/>) — инновационный для туризма сервис, работающий по принципу «заказчик — исполнитель» и заточенный на работу через приложение на смартфоне. Главное отличие от других систем в том, что для туристов поиск гидов и экскурсий на Romogator.Travel построен не на обзвоне потенциальных исполнителей, как это обычно бывает, а на отклике подходящих гидов здесь и сейчас, так как они немедленно получают Push-уведомление на свой мобильный телефон о каждой новой заявке туриста. Самое важное, что турист через 15–20 минут после составления заявки будет иметь список гидов, подходящих под его требования и готовых к выполнению только его пожеланий. Ему остается только выбрать лучшее предложение.

Для исполнителя преимущество сервиса в том, что ему на смартфон приходят только те заявки, которые подходят под его профиль, поэтому сервис не отвлекает гидов по пустякам.

Сервис идеально подходит не только для туристических бюро, но и для частных гидов. Причем не только для гидов, организующих классические экскурсии, но и популярные сейчас мастер-классы, квесты. Более того, целый раздел посвящен гидам-инструкторам по активным видам отдыха.

В отличие от сервисов-посредников, взимающих с гидов комиссию от 20 до 40% с каждой заказанной экскурсии, Romogator.Travel не вмешивается во взаиморасчеты исполнителя и заказчика. Это, кстати, делает данный сервис самым дешевым источником заказов для гидов и позволяет им предлагать туристам цены ниже на соответствующие 20–40%.

При этом сам сервис зарабатывает исключительно на платежах за размещение предложений гидов в своей системе. Никаких других платежей, в том числе скрытых, в системе нет. Это недорого: стоимость от 120 рублей в месяц.



Вы не знакомы с Rent A Ride?

Сейчас это крупнейший в России онлайн-сервис, предоставляющий возможность найти поблизости и арендовать автомобиль по схеме peer-to-peer (от частного лица — частному лицу).

Для собственников автомобилей сервис — это возможность компенсировать расходы на содержание личного автомобиля, выставляя его для аренды в свободное время, а для арендаторов — получить автомобиль на время поездки, сэкономив на услугах коммерческих фирм.

Проект является отраслевым представителем философии sharing economy с возможностью масштабирования на другие рынки и является на сегодня крупнейшей онлайн-площадкой в сегменте проката авто.

В базе данных онлайн-агрегатора более трех тысяч автомобилей более чем в 30 городах России, еженедельный прирост базы автомобилей составляет более 150 ед. Причем речь идет о машинах всех классов и ценовых сегментов — от «Жигулей» до электромобилей Tesla. Существует и несколько вариантов аренды: посуточная, долгосрочная, почасовая и аренда автомобиля с водителем.

Кирилл Пугач, руководитель PR-службы сервиса проката и аренды авто Rent A Ride, отметил, что сервис изначально задумывался как международный. Компания готова работать с туроператорами в странах реализации их бизнеса, на этот счет уже были проведены переговоры на выставке MTT.

Rent A Ride будет расширять свое присутствие как в России, так и за рубежом.

20 ТУРЦИЯ ОСТАНЕТСЯ
В ЛИДЕРАХ?

22 ТОП-ЛИСТ СНГ

24 КРЫМ ИЛИ СОЧИ?





Лето: куда поедет российский турист?

Контуры предстоящего туристического сезона уже угадываются. И только кажется, что они легко предсказуемы. Опрошенные нами представители туроператорских компаний полагают, что предстоящий сезон может стать в некотором смысле сезоном сюрпризов.

ТЕКСТ
ЭЛЕОНОРА
АРЕФЬЕВА

ТУРЦИЯ И... ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ?

Турция стала лидером по динамике роста турпотока в прошлом году, он составил 553,2%. Ни опасения на предмет безопасности, ни страхи, вызванные недавним охлаждением отношений между двумя странами, не смогли отвратить 4,5 млн россиян от поездки на любимые турецкие курорты. Цены, предложенные гостеприимной страной в прошлом году, сделали свое дело: недельный тур с перелетом в среднем стоил меньше, чем семь дней на российских пля-

жах без оплаты дороги. Все предположения экспертов, что на пути в Турцию встанет дорогой доллар, пошли прахом.

Уже сейчас, по результатам раннего бронирования, Турция показывает рост в сравнении с прошлым годом.

В этом году ожидается еще более существенный рост, тем более что прошлый сезон прошел гладко и никаких экстраординарных инцидентов с россиянами не случилось.

«Уже сейчас можем отметить, что количество заявок, забронированных на лето в Турцию, увеличилось в несколько раз

в сравнении с аналогичными датами в прошлом году», — отмечает Яна Кучегура, специалист по связям с общественностью компании Apex Tour.

С ней согласны другие эксперты. Димитър Цонев, генеральный директор туристической компании «Солвекс Москва», полагает, что на турецких курортах может места не хватить всем желающим: «В конце периода раннего бронирования можно сказать, что долларовые направления имеют явные предпочтения при курсе рубля 60–61 руб. за единицу американской валюты. И лидером спроса традиционно является Турция, несмотря на то, что страна явно находится в состоянии войны и риски безопасности туристов велики. Рост по этому направлению есть и на европейских рынках, это скоро приведет к дефициту мест на курортах».

Впрочем, и в наступающем сезоне пользуются спросом и популярные летние европейские направления. «Раннее бронирование демонстрирует востребованность гостиниц высокой категории и на таких направлениях, как Греция и Болгария. И это несмотря на курс 74–75 руб. за евро. Здесь влияние на спрос оказывает



географическая близость и сравнительно короткий перелет, а также стремление к безопасному семейному отдыху. Бронирования в отелях низкой категории явно будут ориентированы на апрель, май и июнь», — отмечает Димитър Цонев.

«Спросом в летнем сезоне пользуются такие страны, как Турция, Греция, Кипр, Испания и по-прежнему Доминикана.

Средняя стоимость пакетов в целом осталась на уровне 2017 года.

По раннему бронированию цены очень привлекательные, поэтому и отмечаем увеличение спроса по сравнению с прошлым годом. Также можем отметить активное развитие динамического пакетирования на регулярных рейсах», — делится наблюдениями Яна Кучегура.

Мануэль Бутлер, генеральный директор Института туризма Испании, прогнозирует рост потока из России на 10–20% в текущем сезоне. Интерес к этой стране поддерживают не только роскошные морские курорты, но и многочисленные памятники культуры. В прошлом году, по данным Национального института статистики Испании, в эту страну приехали 1,146 млн туристов из России, что на 14% больше,



ТОП-3

направления в СНГ

- Азербайджан
- Армения
- Киргизия

чем годом ранее. При этом Испания лидирует среди всех мировых направлений для отдыха, 2017 год отметился рекордом: 81,7 млн гостей со всего мира, что на 8,6% больше, чем в 2016 году.

Эксперты отмечают сложность предстоящего сезона, в том числе и в плане построения прогнозов.

«За эти годы реальные доходы населения падали, а количество предложений явно превышало возможности платежеспособных туристов. Покупатель очень активно ищет варианты своего отдыха на онлайн-платформах, на сайтах туроператоров и агрегаторов. Это заставляет туроператоров адаптировать свои программы к реальным требованиям клиентов», — справедливо отмечает Димитър Цонев.

«Настоящий 2018 год очень сложный для прогнозирования и планирования, так как туристический рынок в последние четыре года переживает непростые времена, связанные как с экономическими факторами, так и с геополитическими вызовами, которые стоят перед Российской Федерацией», — продолжает эксперт.

События «черного понедельника» 9 апреля, когда российская валюта стала вновь стремительно падать в цене, только подтверждают эти слова.



ТЕМНАЯ ЛОШАДКА И АУТСАЙДЕРЫ

Едва ли не главный сюрприз сезона: Азербайджан может стать и уже становится одним из самых востребованных направлений на постсоветском пространстве. Андрей Жарков, генеральный директор компании «Жарков-тур», прогнозирует небывалый рост популярности направления. Причин тому несколько. Ценовая политика некогда самой дорогой в плане туризма страны СНГ резко изменилась: Азербайджанские авиалинии, по словам г-на Жаркова, «дают очень хорошие цены на групповой перелет». Существенно снизили цены для групп и гостиницы страны. Второй фактор — море, что всегда имеет сверхважное значение для россиян. «С моря всегда дует легкий бриз, и поэтому в Баку не так жарко, как в Тбилиси, например, или в Армении», — говорит Андрей Жарков. Помимо погодного и морского факторов, конечно же, играет роль притягательность старого Баку с его достопримечательностями, теплое отношение жителей к россиянам, а также фактор отложенного спроса: долгое время поездка в Баку была не по карману многим, мечтавшим посетить город. Теперь, не побоявшись повториться, все иначе: уик-энд в Баку,

Страны-лидеры роста по приему туристов из России в 2017 году:



например, стоит \$170, а в Тбилиси — вдвое дороже. Кроме того, в столице Азербайджана пройдет целый ряд знаменательных событий: от «Формулы-1» до Праздника цветов.

По мнению Андрея Жаркова, вторым по популярности летним направлением в СНГ станет Армения, россияне поедут и на озеро Севан, и по историческим местам страны, главным образом, чтобы посмотреть уникальные христианские памятники в горах. Жаркое лето не помешает этим поездкам: в горах прохладно, и сотрудники «Жарков-тур» даже рекомендуют своим клиентам взять в Армению легкие курточки. Ценовая политика в этой стране по-прежнему способствует притоку туристов.

Третье место в СНГ по востребованности на российском рынке займет Киргизия с ее уникальными природными памятниками.

Прибалтика, по словам Андрея Жаркова, очень сильно просела в спросе, нет прежнего интереса россиян к летнему отдыху в Белоруссии.

Что касается Грузии, на поездки в которую у россиян на протяжении последних лет был стабильно высокий спрос, — в последнее время страна существенно подорожала, тур вырос в цене примерно в два раза по сравнению с прошлым годом, что не замедлило сказаться на продажах.

УЛЕТЕТЬ ДАЛЕКО

Нетрадиционно летние далекие направления могут оказаться востребованными в этом сезоне. Так считает Дмитрий Арутюнов,



генеральный директор компании «АРТ-ТУР». По наблюдениям эксперта, увеличивается летний поток в Эмираты, направление привлекает россиян обилием скидок в летний период, возможностью поселиться в роскошных отелях страны за приемлемые деньги. В последнее время Дубай, например, предлагает все больше возможностей для семейного отдыха, отдыха с детьми — это тоже стимулирует спрос.

Дмитрий Арутюнов отмечает, что в последние кризисные годы, в августе, когда в Европе пик сезона и очень высокие цены, для россиян кажутся выгодными и привлекательными поездки на Мальдивы. В это время и Бали доступно по цене, стоимость туродня много дешевле, чем в Европе. Этим пользуются российские путешественники, которые, по словам Дмитрия Арутюнова, «перестали бояться летать далеко». **ТБ**





Крым или Краснодарский край?

Какие «внутренние» берега предпочтут в этом сезоне российские туристы? Насколько будут пользоваться спросом главные отечественные пляжные направления — Крым и Черноморское побережье Краснодарского края? Прогнозы — в материале ТБ.

ТЕКСТ
ЭЛЕОНОРА
АРЕФЬЕВА

ШАНСЫ НА ТУРИСТОВ

«Турецкий фактор» главным образом довлеет над спросом на родное теплое море. Или довлел — задаемся мы вопросом после «черного понедельника» 9 апреля? Непредсказуемость поведения рубля, возможно, окажется фактором, удерживающим туристов на внутренних направлениях. Если, конечно, ситуация не стабилизируется быстро. Но даже если стабилизируется — тревожный звонок прозвенел: все может статься с рублем, нужно ли рисковать и сознательно выбирать тур в зарубежье, который может оказаться ощутимо дороже, чем планировалось изначально.

До печальных событий туроператоры не планировали резкого роста спроса на российские курорты. Сергей Ромашкин, генеральный директор компании «Дельфин», комментируя ситуацию, отмечал, что пока нет оснований надеяться на рывок 2016 года. Рост в 5–7% — ожидаемый показатель.

Димитър Цонев, генеральный директор туристической компании «Солвекс», отметил, что раннее бронирование на курорты

России не отличалось особой активностью. Он рассказал о такой тенденции: «В первую очередь бронируются дорогие ликвидные здравницы и отели Сочи и Крыма, а также самые дешевые варианты размещения в среднем сегменте на всех курортах. Наблюдается интересный тренд предстоящего сезона. С одной стороны, клиенты, предпочитающие отдыхать на российских курортах или вынужденные это делать, ищут объекты с хорошей инфраструктурой, приличным номерным фондом, пляжем и анимацией. С другой стороны, ограничения в средствах заставляют их выбирать в этих отелях варианты без питания или номера категории эконом, например, цокольные, мансардные, без балкона. Этих категорий номеров практически в продаже уже нет».

ТУРИСТЫ ЕДУТ В СОЧИ

Сочи — по-прежнему место притяжения на Черноморском побережье номер один. Качественные номера в новых отелях, которыми обзавелся город к Олимпиаде, новые объекты для занятий спортом —

6,4 млн
туристов в 2017 году
принял Сочи



все это по-прежнему работает на спрос. Интересная тенденция прошлого года: вырос спрос на качественные новые отели в горах, которые предложили очень лояльные цены. По мнению Сергея Ромашкина, сезон 2018 года в Красной Поляне будет еще лучше, чем прошлогодний.

«В абсолютных цифрах отдых в Сочи на море примерно в 10 раз опережает турпоток в горный кластер. Думаю, за год в Сочи около 5 млн отдыхает «внизу» и около 500 тысяч — наверху. Все-таки туристы едут в Сочи на море, и пляжный отдых останется номером один», — отметил эксперт.

Что касается цен, большинство отельеров сохранили цены прошлого сезона, что, конечно же, внушает оптимизм.

В КРЫМ ПО МОСТУ

Крым как направление отдыха имеет преимущества перед Краснодарским краем. Здесь более чистое море — с этим не поспоришь. Климат, который лучше переносится в жару. Масса лечебных природных факторов: отдых на море легко совместить с лечением. Здесь такое обилие исторических, архитектурных, природных памятников, что обычно туристам даже сложно сделать выбор: какие экскурсионные программы выбрать, что нужно обязательно успеть посмотреть.

Крымские отельеры, вдохновленные высоким ростом спроса в 2016 году, в прошлом году подняли цены и, как известно, проиграли. Турпоток в Крым, который рос быстрыми темпами в предыдущие два года, особенно в 2016-м, в сезон-2017 упал на 3%. На полуостров приехали 5,4 млн туристов.

Что сейчас? «Крымские отели, имевшие проблемы с загрузкой в 2017 году, немного (на 5–6%) снизили цены или хотя бы не стали их повышать на обычные 8–10%.

Это хорошая новость для туристов. Как она повлияет на спрос — увидим в мае. Пока Крым продается на уровне 2017 года», — отмечает Сергей Ромашкин.

Марина Розанова, коммерческий директор объединения «Профкурорт», который как туроператор продает санатории и отели с оздоровительной составляющей, делится своими наблюдениями. По мнению эксперта, дела хорошо обстоят в тех объектах, где правильно выстроили продажи: низкие цены на раннем бронировании, повышение — по мере того как заканчиваются номера. Но таких «правильных», по мнению Марины Розановой, в Крыму пока меньшинство. «Руководители многих крымских здравниц считают для себя большим достижением высокую загрузку с мая по октябрь. А дальше — можно закрывать объект, распускать сотрудников, — говорит эксперт. — Между тем это, как известно, абсолютно неверный подход к ведению бизнеса. Гостиничные объекты, особенно санатории, должны загружаться круглый год. Возможности для этого есть».

Среди важнейших факторов, которые будут способствовать спросу на Крымский полуостров, эксперты называют открытие автомобильного движения по мосту через Керченский пролив в мае. «Это привлечет туристов, которые раньше заезжали в Крым через Керченскую переправу, сэкономит им время и позволит посмотреть самый длинный мост в России — интересный объект», — считает Сергей Ромашкин. **ТБ**

По решению Государственного совета РК, введение курортного сбора в Крыму отложено до мая 2019 года

5,5 млн

гостей с целью туризма посетили Крым в 2017 году



В санаторий хорошо ехать и летом, и в любое время года

Санаторно-курортное объединение ФНПР «Профкурорт» специализируется на санаторно-курортных объектах ФНПР, продает туры и в другие санатории и отели с оздоровительной составляющей. О наиболее популярных объектах рассказывает коммерческий директор объединения МАРИНА РОЗАНОВА.

Марина, представьте, пожалуйста, сочинские объекты «Профкурорта».

В первую очередь хочу представить знаменитую Мацесту. Это не санаторий, а круглогодичная лечебница. Чтобы принимать процедуры Мацесты, лучше всего выбрать средства размещения рядом с ней. Ряд санаториев по договору работает с Мацестой.

Чем особенна Мацеста? Недавно я побывала там и на себе ощутила уникальность ее «огненной воды»: буквально полуминутное воздействие — и кожа моих рук стала белой, гладкой. Вода Мацесты разглаживает рубцы, сводит на нет ожоги. У лечения на Мацесте немало противопоказаний, нужно консультироваться со специалистами обязательно. Но эффект от нее непревзойденный, на курорт едут со всей страны, из-за рубежа. Кроме «огненной воды», Мацеста славится грязелечением, которое помогает при гинекологических заболеваниях.

Второй наш объект в Сочи — это «Адлеркурорт»: с большой емкостью номерного фонда, с большой территорией. В высокий сезон нет проблем с загрузкой. Но мы не считаем высокую летнюю загрузку отличным результатом нашего труда, привлечь гостей в другое время — это наша задача, с которой мы тоже успешно справляемся. У «Адлеркурорта» — прекрасная лечебная база. Здесь успешно помогают гостям с заболеваниями системы кровообращения, органов дыхания, мочеполовой системы, пищеварения, сердца и сосудов, расстройства центральной и периферической нервной системы, кожными заболеваниями и заболеваниями опорно-двигательного аппарата. В этом году мы даже снизили цены на путевки с лечением в «Адлеркурорте», чтобы привлечь внимание наших отдыхающих именно к санаторно-курортному лечению, а не только к традиционному оздоровительному отдыху на берегу Черного моря.

В Сочи у «Профкурорта» и еще один классический санаторий — «Металлург».

Да, это действительно классический санаторий еще со сталинских времен. Он прошел реконструкцию в преддверии Олимпиады и сейчас у него очень достойный номерной фонд. Лечебный профиль «Металлурга» — это помощь пациентам с заболеваниями опорно-двигательного аппарата,

нервной системы, сердечно-сосудистой системы, желудочно-кишечного тракта. Здесь оказывают помощь гостям с гинекологическими проблемами, печат кожные заболевания.

Небольшой санаторий имени Мориса Тореза — место, где отдыхали многие знаменитые люди, исторические личности, — очень известное и знаковое место Сочи. Там нет лечебных программ, но его гости могут воспользоваться базой «Металлурга», который находится совсем рядом.

Кроме того, у нас есть отель Sea Galaxy, у которого есть услуги оздоровления: хороший спа-салон, тренажерные залы. В этой гостинице очень качественный номерной фонд.

Кроме того, «Профкурорт» как туроператор реализует путевки и в другие города и здравницы Краснодарского края. В январе и феврале продажи выросли, это нам позволяет строить оптимистические прогнозы на год.

Как обстоят дела с объектами «Профкурорта» в Кавминводах?

Кавминводы — это лечебный курорт. Санатории придают очень большое значение совершенствованию технологий, вводят новые оздоровительные и лечебные программы. Курорты Ставрополья — круглогодичные. Летом там всегда больше гостей: большинство людей стараются, чтобы отпуск выпадал на летнее время. Здесь очень хорошо и в апреле-мае, и в ноябре. Огромное количество парков, по которым очень приятно гулять: не будем забывать, что прогулки — важная часть оздоровления. Летом и в бархатный сезон цены — самые высокие, а вот в другое время мы можем предложить отдых и лечение за меньшую стоимость. Кроме того, когда меньше отдыхающих, им можно уделить побольше внимания — это не лишнее в лечении. Мы ведем работу с нашими гостями, объясняем им это — и результаты есть. Многие начинают менять свои отпускные планы.

Очевидно, в средней полосе России как раз приятнее отдыхать летом.

Что касается средней полосы — санатории Ивановской, Владимирской, Рязанской, Тульской, Ярославской областей предлагают приемлемые цены и качественные лечебные программы. Мы видим отклики наших клиентов, и они очень позитивны. **ТБ**

ОДЫХ
LEISURE

24-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ
ВЫСТАВКА
11–13 СЕНТЯБРЯ, 2018
МОСКВА, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

ufi
Approved
Event

ПЛАНИРУЕМ ЛЕТО
ОСЕНЬЮ!

We



Leisure

0+
Резерва

ОДЫХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
РОССИЙСКИЙ
ТУРИСТСКИЙ
ФОРУМ

Home of Tourism

www.tourismexpo.ru

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

ОДЫХ
MICE

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

ОДЫХ
GOURMET & WINE TRAVEL

14-я Международная
выставка эксклюзивного и
вино-гастрономического
туризма

ОДЫХ
SPA & HEALTH

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

ОДЫХ
TRAVEL TECHNOLOGY

Международная
экспозиция
Travel Technology

При поддержке



Под патронажем

Организатор:

МОСКВА РОССИЯ
ЕВРОЭКСПО



VIENNA AUSTRIA
EUROEXPO
Exhibitions and Congress Development GmbH





Александр Иванов: «Круиз — ЭТО ВЫГОДНО»

Круиз — как много в этом слове... Это маленькая жизнь и большое путешествие, это новые открытия и яркие впечатления. Это море радости и бездна удовольствий. При одном условии — если круиз организован профессионалом. О том, как сделать круиз удовольствием, каковы самые популярные направления среди россиян и почему круиз — это выгодно, «ТБ» рассказал генеральный директор компании «Инфлот круизы и путешествия» АЛЕКСАНДР ИВАНОВ.

Вы по образованию моряк. Специальность по нынешним временам довольно редкая. Почему вы выбрали именно эту стезю?

Да, я учился в Государственном университете морского и речного флота имени адмирала С.О. Макарова на судоводительском факультете, должен был стать капитаном дальнего плавания. В те времена мечтой многих было каким-то образом реализовать себя, посмотреть другие страны. Что называется, себя показать и мир посмотреть. Это можно было сделать, если ты великий спортсмен, танцовщик, пилот или моряк. Кроме того, у нас морская династия, и родители познакомились в море, и многие мои родственники тоже морские люди. Так что выбор был сразу предопределен. Но жизнь сложилась несколько иначе. Время моей учебы совпало с развалом СССР, стали рушиться все связи, Балтийское морское пароходство разваливалось на моих глазах, и стало понятно, что реализовать себя в этой профессии будет очень сложно. Но открылись другие возможности: кооперативы, частные предприятия, где можно было хорошо заработать. Я решил не терять времени на то, что стало бесперспективным, и ушел в коммерцию. Перевелся на заочное отделение и пошел работать на коммерческое предприятие, которое занималось поставками комплектующих из Южной Кореи для текстильной промышленности. И тут я понял, что мне нравится что-то предлагать людям, продавать. Потом у меня была своя фирма

по производству металлопластиковых изделий, алюминиевых конструкций, после этого я возглавлял российское представительство Aluprof, крупного польского алюминиевого холдинга. А оттуда я уже попал в Inflot Cruise & Ferry. Компания занималась продажей круизов в России. Мне предложили занять должность исполнительного директора в офисе в Санкт-Петербурге.

Чем вас привлекла работа в туризме?

В туризме я с 2010 года. По большому счету, если ты умеешь продавать, и твой продукт достоин того, чтобы люди обратили на него внимание, а его стоимость конкурентоспособна, то не важно, что именно продавать. Главное, создать хорошую команду.

Вы пришли в компанию в качестве антикризисного менеджера. Что пришлось менять кардинально, а что совсем не подверглось изменениям?

Кардинальных изменений не было, коллектив был и остается прекрасным и заслуживающим уважения. Вопрос был в топ-менеджменте, который иначе видел пути развития компании. Собственно, топ-менеджмент я и поменял, потому что в 2011 году я стал директором московского офиса, а в 2012 возглавил всю компанию. В 2014 году начались санкции, и это отразилось на том сегменте туристического рынка, который работал на выезд. Рост курса валют, запрет на выезд некоторым категориям граждан заметно по нам ударили. И стало понятно, что без сильного партнера тяжело будет выжить. Я нашел такого партнера в лице Игоря Петровича Древина.

Брендинг — важное слагаемое успеха. Между тем на нашем рынке работают две компании с очень похожими названиями — ваша и «Инфлот». Бывает ли путаница и не мешает ли это вам работать?

Тут надо понимать, что «Инфлот» существует с 1934 года, расшифровывается как иностранный флот. Все суда, которые заходили на территорию СССР, обслуживались «Инфлотом». В 90-е годы компания была акционирована и была создана компания Inflot Worldwide. Со временем были открыты офисы в США, в Европе. Сейчас это холдинг, объединяющий в себе несколько компаний, куда входил и Inflot Cruise & Ferry. Это крупнейший морской портовый агент, имеющий представительства в 86 портах мира. Почти все круизные суда, которые заходят на территорию России, обслуживаются «Инфлотом». Поэтому Inflot Cruise & Ferry было несложно заключить контракты на продажи круизов в России. Сейчас у нас 19 прямых контрактов с ведущими круизными компаниями. Это самый широкий пул прямых контактов на территории России. Возвращаясь к «Инфлоту», схожесть названий нам совершенно не мешает. Это скорее хохма, чем проблема. Более того, мы совсем не конкуренты, мы друзья и партнеры. Они лучшие у нас по продажам среди речников. И мы также активно предлагаем их круизы своим клиентам. Их основной продукт — реки, наш — моря.



Вы упомянули о том, что с некоторыми политическими и экономическими изменениями изменился спрос. А вы делали какие-то специальные круизы с учетом этих изменений?

Самостоятельно это сделать невозможно, мы исходим в своей работе из существующего расписания круизных компаний. Если мы видим, что определенный круиз будет интересен, доступен по цене и перелету и, более того, будет возможность собрать русскую группу, тогда мы начинаем продвижение такого круиза. Если собирается русская группа, с ней всегда летит сопровождающий от компании, с тем чтобы оказывать ежедневную поддержку нашим туристам в круизе, особенно тем, кто не владеет иностранными языками.

Каковы ваши принципы работы с агентствами? Какую долю у вас занимают собственные продажи, а какую — агентские?

Примерно 70% приходится на агентские, 30% — прямые. Что касается агентской комиссии, то стандарт — это 10%.

Как работает ваша онлайн-система «КруизСканер»? Верите ли вы в то, что круизы можно покупать онлайн, вовсе без участия менеджеров?

Мы сами активно развиваем онлайн. «КруизСканер» — это взв-инструмент для наших агентств. Благодаря этой системе агентства могут получить максимально полную информацию по всем нашим продуктам. Личный кабинет каждого агентства может быть забрендирован, там можно создать маркетинговую листовку с маршрутами, лайнерами, каютами, портами захода под логотипом своего агентства. Если вы частное лицо, то вы можете забронировать круиз на нашем сайте и оплатить его. Впрочем, таких клиентов пока немного. В основном это давние постоянные путешественники, которые все уже знают. Продукт у нас непростой, лучше довериться профессионалу, чтобы ваш круиз получился комфортным и качественным.

А что такое «Академия круизов»?

«Академия круизов» предназначена и для агентств — новичков в круизах, и в целом для всех агентств, которые хотят повысить свою квалификацию по нашему профилю. Там есть различные этапы обучения: по компаниям, по лайнерам, каютам, регионам плавания, различным нюансам. По завершении тестов можно получить сертификат об окончании Академии. Обучение проводится в форме семинаров, онлайн-эфиров и вебинаров. Их можно смотреть как в режиме реального времени, так и в записи.

Расскажите о совместном проекте с «Аэрофлотом».

С этого года благодаря нашему стратегическому партнерству с авиакомпанией «Аэрофлот» появилась возможность не только забронировать круиз и перелет на рейсах многих перевозчиков — партнеров авиакомпании, но и приобрести готовый пакет «круиз + авиаперелет» на бортах национального авиаперевозчика. Посещаемость сайта «Аэрофлот» дости-



гает 12 000 посетителей ежедневно. В рамках сотрудничества запланирован ряд акций в поддержку запуска проекта. Я уверен, что этот шаг станет не только новым этапом развития бизнеса компании, но и внесет весомый вклад в популяризацию морских круизов как вида отдыха для россиян.

Круиз — дорогое удовольствие?

Знаете, с круизами по выгоде вообще ничто не сравнится. Смотрите, вот круиз в пределах 1 тыс. у.е. на человека. В эти деньги включено: перелет туда и обратно, проживание, питание, развлечения в невообразимых количествах, интересное путешествие и приключения в хорошем смысле слова. Не говоря о том, что во время круиза можно посмотреть сразу несколько стран. И теперь скажите мне, сможете ли вы с таким же комфортом на эту сумму самостоятельно объехать несколько стран за неделю? Конечно же, нет! Это будет гораздо дороже. Например, в апреле по Средиземному морю начал ходить фантастический 18-палубный лайнер Symphony of the Seas компании Royal Caribbean, он 65,5 м в высоту и 362 м в длину. Практически корабль-город с семью тематическими зонами: Центральный парк (настоящий парк на борту), открытая прогулочная аллея, Королевский променада, бассейны и спортивные площадки (с имитатором серфинга, мини-гольфом, горками, зип-лайном и катком), спа- и фитнес-центры, развлечения и шоу (и это шоу мирового уровня), и детская зона. За неделю не обойти и трети всех развлечений, которые уже включены в стоимость круиза. Мы не стремимся предложить нашим клиентам отдых по демпинговым ценам. Мы предлагаем качественный продукт за его настоящую цену и ничего не накручиваем. Та цена, за которую мы продаем, — единая по всему миру. Я думаю, именно поэтому спрос на круизы растет несмотря ни на что. Динамика роста — 20–30% ежегодно. Если в России круизы предпочитают 60–70 тысяч человек, то в США эта цифра более 12 млн. Так что нам еще есть куда расти.

А какой из ваших круизов — бестселлер?

Круизы по Средиземному морю. Они всегда пользуются спросом, потому что все хотят на солнце, на юг. Круизы из Санкт-Петербурга по городам Балтики и норвежским фьордам. В последнее время большой интерес туристы проявляют к круизам по Юго-Восточной Азии.

Когда появляется новый круиз, вы его инспектируете? Есть ли в этом необходимость?

Да, мы очень много времени проводим в различных круизах. У нас также есть возможность посмотреть любые круизные лайнеры, которые заходят в Санкт-Петербург в период навигации.

А какой ваш любимый круиз?

Я не могу сказать, что есть какой-то любимый круиз, скорее мне интересны лайнеры. Они действительно могут поражать воображение, даже мое, а я, поверьте, видел довольно много на своем веку. Кроме того, моя профессиональная задача — знать и понимать особенности каждого лайнера и каждой круизной компании.

Отпуск свой вы тоже проводите в круизах?

Да, и в круизах в том числе, но и наземный отдых мне не чужд. В последний раз мы отдыхали всей семьей на Сардинии. Грех было бы не пользоваться своим же продуктом, в качестве которого ты уверен. Еще я люблю спорт, считаю, что он лучше всего позволяет сбрасывать напряжение. Я играю в волейбол в Ветеранской лиге для игроков старше 40 лет. Участники лиги играют в чемпионатах России, Европы и мира. Я считаю, что нужно постоянно двигаться, любая активность полезна и для тебя, и для твоего взгляда на жизнь. **ТБ**

Беседовала Александра Загер

Мал мала больше

В летнем сезоне 2018-го многие зарубежные направления отдыха готовятся улучшить показатели по части приема туристов из России. И на фоне ухудшения отношений РФ с рядом стран в выигрыше могут оказаться те, кто сохраняет нейтралитет или относится к россиянам с особым расположением. В их числе наверняка будут и три государства Адриатики, в которых туризм относят к самым эффективным отраслям экономики.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ, МАРИЯ ЩУКИНА



По данным World Travel&Tourism Council (WTTC), в Европе самые высокие показатели доли туризма в ВВП у Мальты (14,2%), а Черногория (11%) и Хорватия (10,9%) уверенно обходят таких грандов, как Греция (8%) и Кипр (7,3%). Да и только выходящая на рынок Албания уже достигла показателя в 8,5%. Аналитики уверены: у стран Адриатики (особенно у Албании) потенциал далеко не исчерпан, а их туризм вполне способен увеличить свой вклад в экономику. Вместе с тем они убеждены, что Черногории, Хорватии и Албании не стоит претендовать на массовость. «Объемных показателей наиболее популярных для отдыха россиян стран они смогут достичь в очень далекой перспективе, — считает специалист PR-департамента Apex Tour Яна Кучегура. — Скорее всего, эти направления относятся и будут относиться к нишевым».

Черногория: пока без визы

Несмотря на различные политические и экономические перипетии, в сезоне 2018 года страна намерена наращивать въездной турпоток, во многом рассчитывая на русских. Да и представители туроператоров считают, что направление еще способно к росту.

Мало в чем уступая в «начинке» другим туристическим направлениям, «серый кардинал» Европы в лице Черногории медленно, но верно стремится вперед, из года в год стараясь привлечь все больше туристов.

В БЕЗУСЛОВНОМ ПЛЮСЕ

По данным статистического агентства Monstat, за 2017 год Черногорию посетили на 10,3% больше туристов, чем годом ранее, а свыше 2 млн отдыхающих провели в стране суммарно 11,95 млн ночевков. Причем в этой стране Адриатики российские туристы играют ведущую роль.

Туризм — одна из основных отраслей экономики Черногории: за прошлый год туриндустрия «озолотила» страну более чем на 900 млн евро. А россияне для черногорцев подобны «сокровищу», так как в последние годы они составляют примерно шестую часть всего въездного турпотока. «Если они не придут, для экономики Черногории это будет абсолютная катастрофа», — говорит по этому поводу журналист Игорь Дамианович.

Согласно сведениям Пограничной службы ФСБ РФ, в 2017 году в Черногорию выехали 318 тысяч граждан из России (на 7,8% больше показателей 2016-го). Среди интуристов большую часть страны «заполнили» жители РФ, количество ночевков которых в общем объеме составило 26,7%. За нашими соотечественниками в порядке убывания расположились приезжие из соседних балканских стран (на граждан Сербии приходится 25,7% ночевков, Боснии и Герцеговины — 9,4%), а за ними — гости из Украины (3,8%), Германии (2,7%), Польши (2,6%) и Франции (2,6%).

Эксперты UNWTO уверены: число иностранных туристов со всего мира, прибывающих в Черногорию, будет только увеличиваться. «Спрос на Черногорию значительно лучше, чем годом ранее, — подтверждает генеральный директор туроператора «ПАКС» Максим Лобанов. — Насколько я знаю, у всех операторов продажи по направлению растут относительно показателей прошлого года. Об этом свидетельствует хотя бы тот факт, что объем перевозки в Тиват увеличился».

«По результатам предварительных продаж мы наблюдаем рост спроса на отдых в Черногории: реализация всех запланированных объемов уже превышает 50% за первые три месяца», — констатирует и Яна Кучегура.

ПЕРЕВОЗКА НА ВЗЛЕТЕ

В нынешнем сезоне рост турпотока из РФ связывают в Черногории с увеличением числа полетных программ и провозных емкостей.

Полеты в главные аэропорты Черногории из Москвы в настоящее время совершают «Аэрофлот» (два рейса в день), и S7 (семь рейсов в неделю). С 2016 года к ним перевозчиком присоединилась и авиакомпания «Победа», которая в летний сезон 2018 года будет выполнять по два рейса в неделю по маршруту Москва–Тиват и по семь ежедневных рейсов из Москвы в Подгорицу. Кроме них, перевозку туристов в Черногорию осуществляют авиакомпании «Ямал», Nord Star, «Уральские авиалинии», Red Wings, «Россия», а также национальный перевозчик Montenegro Airlines и Air Serbia, предлагающая доступные цены с пересадкой в Белграде. «В ассортименте Apex Tour предложения для туристов представлены на базе чартерной полетной программы из Москвы в Тиват два раза в неделю рейсами AZUR air и Nord Star», — говорит Яна Кучегура.



ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Природное, культурное и историческое наследие Черногории способно не только удивить, но даже превзойти ожидания иностранных гостей.

По части туристической составляющей черногорцы трудятся не покладая рук. Кроме типичного пляжного туризма, здесь предлагают дайвинг и каньонинг, сплавы на каноэ, экстремальный рафтинг, джиппинг, рыбалку и многое другое — всем этим готовы поделиться с отдыхающими местные жители, отвечая при этом за качество и безопасность. И это только летние виды развлечений, не считая богатой культурно-экскурсионной части услуг, в которой предлагается широчайший спектр программ. Нельзя забывать и о том, что, в отличие от соседних стран, въезд в Монтенегро для граждан



В 2017 году Черногория приняла 318 тысяч российских туристов
Рост потока

7,8%



большинства государств мира осуществляется вне визового режима. Но... давнее стремление Черногории и ее балканских собратьев вступить в Евросоюз (с 2010 года Черногория носит официальный статус страны-кандидата) может повлиять на визовую ситуацию не лучшим образом. Если страна все-таки достигнет заветной цели и вступит в ряды «евросоюзников», от этого шага может пострадать значительная часть туристов (в первую очередь россиян), потому что въезд без визы будет невозможен. Черногория рискует потерять часть туристов, что на сегодняшний момент невыгодно для страны.

Не стоит забывать, что в политической жизни трения между РФ и Черногорией уже случались. Причина понятна: Черногория подписала протокол о вступлении в НАТО. «Могут быть случаи, когда туристы не хотят ехать в Черногорию, например, по политическим мотивам, — комментирует Яна Кучегура. — Но, как правило, на продажах это не сказывается». И несмотря на заявления политиков и ряд негативных публикаций в СМИ, Черногория была и остается для россиян одним из любимых в Европе мест отдыха.

С января 2018 года в Черногории зафиксировано на 37% больше туристов, чем в прошлом году, а прогнозы на летний сезон тоже весьма позитивны. В частности, в компании «ПАКС» продажи направления по акциям раннего бронирования, стартовавшие еще в декабре 2017 года, показали увеличение на 60% (по сравнению с аналогичным периодом 2016-го).

НЕ БЕЗ ПРОБЛЕМ

Главной проблемой Черногории вполне актуальной и в ближайшей перспективе эксперты по-прежнему называют нехватку хороших отелей.

По оценке Татьяны Кругловой, PR-менеджера «TUI Россия», в этом году дефицит отельной базы в Черногории очевиден как никогда. В связи с этим туроператорам как воздух необходимы квоты комнат в популярных отелях, а также вклю-

чение в список доступных новых объектов. В частности, среди них должен появиться отель The Chedi (5*) в районе пока малоизвестного и весьма таинственного местечка Луштица-Бэй на Которском заливе Адриатического моря. Отель со 111 номерами от сингапурской компании GHM (General Hotel Management) распахнет двери уже в июле 2018 года. Известно также и об открытии в мае этого года нового отеля Holiday Village Montenegro в древнейшем городе Улцинь, расположившемся на юго-востоке Черногории.

Следует, однако, внести и ложечку дегтя в бочку меда сладостной Черногории. Хотя страна стремится стать официально европейской, недочетов, начиная от сервиса и заканчивая более серьезными вещами вроде медицины, здесь еще немало. «Нехватка цивилизации!» — так часто описывают страну приезжие, пожившие на территории государства чуть более двух месяцев. Увы, но некоторые туристы полагают, что шлейф бывшей части государства Югославия до сих пор не покидает страну.

Тем не менее специалисты уверены: Черногория будет расти в объемах. «Страна активно готовится к увеличению турпотока: перед каждым сезоном обновляется инфраструктура, строятся новые объекты размещения», — говорит Яна Кучегура. — И самое главное — пока она готова принимать россиян без виз».

Вместе с тем есть и несколько другое мнение. «Да, Черногорию знают и любят туристы нашего региона, направление пользуется спросом. И предстоящий сезон не станет исключением, — считает Евгения Спасская, руководитель отдела экзотики, ОАЭ, Черногории и Хорватии «Русский Экспресс Северо-Запад». — В настоящий момент на направлении достаточное количество перевозчиков, а количество рейсов сбалансировано.

Однако не стоит забывать: Черногория — маленькая страна, и ее отельная база не сможет принимать еще больше туристов».

Хорватия: шаг за шагом

Хорошо знакомая россиянам страна в сезоне 2018 года по объемам приема туристов из России намерена вернуться к показателям 2014 года. Причем стимулировать турпоток из России хорваты намерены не только словами, но и материально.

По данным Центрального статистического бюро Хорватии (DZS), в 2017 году 18,5 млн туристов, побывавших в Хорватии, совершили в объектах размещения 102 млн ночевков. Оба показателя заметно выросли по сравнению с 2016-м (на 13% и 12% соответственно). Причем одна из особенностей хорватского туризма состоит в том, что в нем абсолютно доминируют гости из-за рубежа: по статистике, на «внутренних» туристов приходится всего 11%. Да и темпы роста турпотока из-за кордона в Хорватии куда выше, например, в 2017-м число «внутренних» туристов возросло лишь на 5%, а иностранных — на 14%.

ПОКА НЕ В ЛИДЕРАХ

Что касается распределения внутри въездного хорватского турпотока, здесь, безусловно, доминируют немцы, на которых приходится около 24% ночевков. От 6 до 9% от общего количества ночевков статистика отводит гостям из Словении, Австрии, Польши и Чехии, а итальянцы, граждане Великобритании, жители Голландии, Венгрии и Словакии составляют 4–5%. Увы, но Россия относится к тем странам, число гостей из которых не дотягивает и до 1%.

В размещении у хорватского туризма тоже есть «фишка»: в многочисленных кемпингах на территории Хорватии туристы проводят 22% ночевков, тогда как в гостиницах — 28%.

Еще одна особенность хорватского туризма состоит в его малой зависимости от организованных групп: в 2017-м 66% от общего количества ночевков пришлось на тех, кто приехал в Хорватию самостоятельно. И тяга к «самостийному» туризму в этой стране только растет, ведь число иностранных самостоятельных туристов в прошлом году на 18,6% превысило показатель 2016-го. По оценке хорватского министерства туризма, тенденция, наблюдающаяся в течение нескольких последних лет, крепнет, и разрыв между организованным и самостоятельным турпотоками только увеличивается. Подсчеты хорватской аналитики показывают: наиболее посещаемая в стране Истрия, на которую приходится 29% ночевков. Вслед за ней идут Сплит-Далмация (19%), Приморье-Горский Котар (17%), Задар (11%), Дубровник-Неретва (9%) и Шибеник-Книн (6%).

Что касается российского турпотока в Хорватию и перспектив 2018 года, они были оценены в рамках состоявшегося в Москве B2B workshop SELL CROATIA 2018. По данным Райко Ружички, директора представительства по туризму Республики Хорватии в России, в 2017 году страну посетило более 133 тысяч российских туристов (+11% к 2016 году). В 2018-м поставлена цель принять около 150 тысяч гостей из России (+15% к 2017 году).

По словам побывавшего на MITT-2018 замминистра по туризму Тончи Главина, в этом году хорваты намерены вернуть турпоток из России на уровень 2014 года, а затем — плавно его наращивать с упором на организованный туризм и туроператоров. «Мы не ставим на бурный рост и развиваем рынок постепенно, — подчеркнул он. — Основное наше

направление — сотрудничество с российскими туроператорами». При этом интерес к объективно невеликому российскому турпотoku объясняется тем, что россиян в Хорватии считают дорогими туристами, которые много тратят, потому что не сидят на месте и готовы платить за дополнительные услуги.

УСИЛЕННАЯ ПЕРЕВОЗКА

Есть ли предпосылки к росту потока туристов из России в Хорватию? Да. В частности, в 2018 году из Москвы есть прямые рейсы (как регулярные «Аэрофлота» и S7, так и чартерные) в Сплит, Загреб, Пулу и Дубровник.

Причем еще с 27 марта рейсы Москва-Загреб стали ежедневными. Из Петербурга

в Загреб летом снова полетит авиакомпания Croatia Airlines. Однако главной новинкой сезона по Хорватии станет открытие с 27 мая регулярной перевозки S7 из Петербурга в Пулу.

Спорить трудно: рейс Croatia Airlines из Питера в Загреб только отчасти решал вопрос доставки туристов, поскольку многие из них лететь с пересадкой (пусть даже и достаточно удобной) не хотели. В сезоне 2018 года альтернатива организации тура в Хорватию через Москву или Загреб появилась. «Мы позитивно оцениваем перспективы данного рейса и ожидаем увеличения количества туристов по направлению», — говорит Евгения Спасская.

Хорватская сторона утверждает, что работает над тем, чтобы перевозка российских туристов была не только из двух столиц.





133 ТЫСЯЧИ

российских туристов посе-
тили Хорватию в 2017 г.
Рост турпотока — 11%

БЛИЖЕ К КЛИЕНТУ

Хорватия предприняла и меры, способные сделать страну еще более привлекательной для российских туристов.

В частности, с нынешнего года аккредитация для работающих по Хорватии туроператоров выдается сразу на три года (ранее — только на год), а компании, ранее не сотрудничавшие с хорватскими визовыми центрами, могут подавать заявки в течение всего года. По словам Райко Ружички, получить визу в эту страну гораздо проще, чем в целый ряд входящих в Шенген. «А если въезд осуществляется по шенгенской мультивизе, дни пребывания в Хорватии обладателю Шенгена не засчитываются», — констатирует он. Кроме того, Хорватия намерена заметно усилить маркетинговую активность в России, направив ее как на сотрудничество с ведущими туроператорами («в режиме» затрат 50 на 50), так и на рекламу в сегменте B2C. Правда, до 70% бюджета планируется израсходовать на онлайн-продвижение, которое сейчас считается наиболее эффективным.

Несколько сместятся акценты и в приоритетах среди хорватских регионов. В частности, Райко Ружичка отмечает, что из-за перегруженности российскими и другими иностранными туристами Истрии «в этом году больше сфокусируемся на юге Хорватии, на Далмации». Соответственно, больше станут предлагаться поездки через аэропорты Сплита и Дубровника.

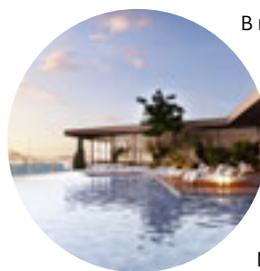
«Рассчитываем на прирост турпотока в Хорватию и увеличили свои объемы, — констатируют в компании «TUI Россия». — Наше основное предложение — чартерная программа в Пулу с размещением туристов в регионе Истрия. Кроме того, предлагаем туристам маршрут и на чартерном рейсе в Тиват (Черногория) с последующим трансфером в Далмацию».

Подтверждают свой интерес к стране и в Apex Tour. «В настоящий момент в нашем ассортименте представлена только Черногория, — отмечает Яна Кучегура. — Однако

в летнем сезоне 2018 года мы планируем выходить на рынок Хорватии с пакетными предложениями на базе перелетов регулярными рейсами (GDS)».

«Основная проблема направления — в высоком спросе на отельную базу, — полагает Евгения Спасская. — Спрос здесь зачастую превышает предложение, поэтому мы заблаговременно и взяли гарантии в популярных отелях Хорватии, что позволяет предлагать популярные объекты размещения даже в период высокого сезона».

Что касается перспектив направления, министр туризма Хорватии Гари Каппелли заявил, что ожидается рост турпотока на 7% (по сравнению с 2017-м), а также увеличение инвестиций в сфере туризма на 1 млрд евро. «Хорватский туризм не развивается как массовый: мы пошли по иному пути, — подчеркнул он. — Для нас важно качество и устойчивость». И сообщил, что в этом году в Хорватии ожидается открытие около 40 новых и недавно отремонтированных отелей. Что отчасти сможет решить одну из самых острых проблем направления — нехватку номерного фонда в разгар сезона.



В популярной семье хорватских отелей Maistra скоро ожидается пополнение — в конце года в Ровине откроется новый пятизвездный отель Grand Park Hotel Rovinj. Из панорамных окон в номерах люксового отеля, расположенного всего в пятидесяти метрах от моря, открываются захватывающие виды на старый центр Ровиня и остров Святой Катарины.

Благодаря каскадной планировке здания отель отлично смотрится и с берега, и с моря, и практически сливается с окружающим ландшафтом. В шестиэтажном отеле 193 номера и 16 сьютов. Площадь последних достигает 175 кв. м. Изюминка Grand Park Hotel Rovinj — двухуровневый спа-центр площадью 3800 кв. м с несколькими бассейнами, три из которых расположены на крыше отеля.

Малоизвестная Адриатика

В отличие от достаточно «раскрученных» и широко известных на российском туристическом рынке Черногории и Хорватии, Албания до сих пор даже для большинства операторов является terra incognita. Однако летом 2018 года, скорее всего, для многих туристов из России она таковой быть перестанет.

Долгие годы фактически оставшаяся закрытой от мира, в настоящее время страна привлекает зарубежных туристов слоганом «Албания — новая любовь на Средиземном море». И гости, уже по достоинству оценившие ее богатое культурное наследие и девственную природу с живописными каньонами и прекрасными пляжами, а также вкусную еду и приемлемые цены, не заставили себя ждать.

По данным национального статистического бюро INSTAT, в 2017 году число иностранных туристов, посетивших Албанию, выросло на 24% до отметки в 2,37 млн человек. Правда, несмотря на отмену виз на время летнего сезона, россияне в структуре въездного албанского турпотока далеко не на первых местах: наибольшее количество иностранных гостей в Албанию по-прежнему приезжает из соседних Косово и Македонии, а также из Греции, Черногории и Италии.

ТУРИЗМ КАК ЛОКОМОТИВ ЭКОНОМИКИ

При этом страна намерена быстро развивать сферу туризма, инвестируя в нее максимум возможного.

По данным World Travel & Tourism Council (WTTC), в 2017 году вклад туризма в ВВП Албании составил 8,5% (около \$1,25 млрд), а в ближайшие 10 лет он вырастет до 9,3%. Объем инвестиций в сферу туризма увеличится гораздо более существенно, так, если в 2018-м он ожидается на уровне \$0,3 млрд, к 2028-му должен возрасти до \$0,48 млрд. А сама отрасль — увеличить свой вклад в ВВП на 66%. Весьма заметным ожидается и количественный рост числа иностранных туристов: в 2018 году на отдых в Албанию намерены привлечь уже 4,85 млн гостей из-за рубежа, а через 10 лет их число должно достигнуть 6,6 млн.

Стоит учитывать, что Страна орлов, как иногда именуют Албанию, по некоторым параметрам уже обходит развитые туристические державы мира. В частности, в свежем рейтинге развития туризма, отражающем уровень прямого вклада туристического сектора в ВВП, по итогам 2017 года эксперты WTTC поместили Албанию на 30-е место среди

135 оцененных государств. А по числу ресторанов и кафе она вышла на первое место в мире, обойдя таких грандов, как Испания и Кипр. По данным INSTAT, в 2017-м Албания достигла уровня в 654 заведения на 100 тысяч человек (одно на 152 человека): сейчас в ней работает 108 тысяч ресторанов и кафе, вместимость которых составляет 726 тысяч мест.

Большие усилия предпринимают в стране и для развития отельного сектора. В соответствии со стратегией развития туризма, разработанной министерством туризма и окружающей среды страны, к 2022 году 2 тысячи албанских отелей должны быть классифицированы, количество имеющихся мест в гостиницах увеличится на 30%, а в сегменте арендного жилья (комнаты, апартаменты, дома) — на 80%. Причем акцент будет делаться на появление курортов и отелей уровня 4–5*: к 2020 году их количество должно вырасти в Албании до 20.

Специально для этого албанские власти подготовили пакет льгот. «Любое учреждение коллективного размещения туристов, получившее пятизвездный рейтинг, будет освобождаться от уплаты налогов в течение 10 лет», — заявил премьер-министр Албании Эди Рама. При этом воспользоваться льготами можно до декабря 2024 года, а на первоначальном этапе льготы станут применять и в отношении 4-звездных отелей. Предпринимаемые шаги уже дают плоды: по предварительным данным, в 2018 году номерной фонд 4–5-звездных отелей Албании увеличится на 23%, на местный рынок выйдет и Hilton.



ПОЛЕТИМ НАПРЯМУЮ

Что касается нынешнего летнего сезона, на албанском направлении ожидается ряд новинок. И если отмена виз стала делом уже привычным (в этом году россияне наряду с гражданами еще восьми стран смогут посетить страну без предварительного получения визы с 1 апреля по 31 октября), появление прямого еженедельного чартерного рейса «Уральских авиалиний» из Москвы в Тирану — принципиальная новость.

Ведь если раньше оказаться в Албании было возможно только с пересадками в Вене, Любляне, Белграде, Тивате и других горо-



4,85 млн

иностранных туристов
ждут в Албании
в 2018 году.

дах, теперь в период с 19 июня до 11 сентября в Тирану можно будет долететь напрямую. Туроператоры проявили к новинке большой интерес: блоки мест на рейсе имеют компании Space Travel и «ТUI Россия», а также «НТК «Интурист» и «ПАКС».

«Албания — хорошая альтернатива массовым балканским направлениям: уверена, что спрос на нее будет с каждым годом увеличиваться, — считает Ольга Баландина, заместитель генерального директора Space Travel по туризму. — Интерес к Албании мы отметили еще в минувшем году, а в этом росту турпотока поможет и начало прямого чартерного сообщения между Москвой и Тираной. Программа наверняка будет востребована из-за небольшой стоимости туристического пакета».

По оценке экспертов, основными преимуществами Албании являются низкие цены внутри страны, привлекательная стоимость турпакета, безопасность и гостеприимство албанцев, а теперь — и наличие прямого перелета. Если учесть, что к ним можно добавить хорошие условия для семейного отдыха, чистое море и богатую экскурсионную программу, албанское направление, скорее всего, ждет быстрый рост турпотока из России.

«У Албании огромный потенциал и она вполне способна стать по-настоящему популярным туристическим направлением, — говорит Татьяна Байрактари, генеральный директор компании ALER Travel. — Разнообразный природный ландшафт, два моря (Адриатическое и Ионическое), великолепные экскурсионные маршруты, вкуснейшая кухня, богатая история и самобытная культура — все это делает ее интересной для огромного количества туристов. И с каждым годом все больше россиян приезжает сюда, чтобы увидеть последнюю загадку Европы».

По ее словам, Албания полностью готова к увеличению турпотока из России. Глава принимающей компании констатирует, что для этого в рамках ALER Group создана единственная в Албании сеть современных отелей с русскоязычным персоналом, в которую входят такие гостиницы, как Luxury Resort Durres 4*, Luxury Apartment Durres 4* и Hotel Durres 3+* (Дуррес), Residence Vlora 4* и Luxury Hotel Vlora 4+* (Влёра), а также

Holiday Inn Saranda 4+* и Luxury Hotel & Apartment Saranda 4* (Саранда). Российским партнерам (Space Travel, «ПАКС», «НТК «Интурист» и другим) предлагается эксклюзивное размещение и во множестве других отелей уровня от 3 до 5* на всех популярных курортах албанского побережья. «Как наши собственные, так и отели-партнеры предлагают европейский уровень сервиса по приятным ценам, а у гостей не возникнет проблем с общением, — замечает Татьяна Байрактари. — Экскурсионные и трансфер-гиды говорят по-русски».

УЛУЧШИТЬ ИМИДЖ

Специалисты с сожалением констатируют, что «в глазах рядового россиянина Албания окружена ореолом ложных стереотипов». Например, за Албанией закрепился образ «чисто» мусульманской страны. Но, несмотря на то, что 65–70% населения Страны орлов действительно исповедует ислам, она является светским государством, где уважают все мировые религии. В маленьком государстве с небольшим населением все дружелюбны и открыты к общению, а к иностранцам албанцы относятся как к дорогим гостям. «Уверена, что в скором времени россияне изменят свое мнение об Албании так же, как это произошло в Беларуси и Украине, — считает Татьяна Байрактари. — ALER Travel уже 10 лет принимает туристов из стран СНГ, и если в прошлом сезоне из Беларуси был, к примеру, только один чартер, в этом году их будет уже три. Надеемся, подобное внимание в скором времени заслужит Албания и у россиян».

Что касается сферы туризма, то Ольга Баландина, отвечая на вопрос о причинах, тормозящих рост потока российских туристов в Албанию, ответила коротко, но емко. «Главная из них — незнание продукта как туристами, так и агентствами, — считает она. — Пока мы занимаемся продвижением страны только своими силами, без поддержки с ее стороны».

Однако практически все уверены: как только россияне «распробуют» Албанию по-настоящему, туда придется ставить не один чартер в неделю. **ТЕ**



Париж умеет удивлять

Любой город, а особенно столичный — живой организм. Он развивается, рождает новые точки притяжения и обрастает совершенно неожиданными достопримечательностями. Однако им бывает довольно сложно соперничать с уже устоявшимися знаковыми местами и образами того или иного места. Так, первая ассоциация с Парижем — Эйфелева башня, тогда как сегодня во французской столице появилось множество новых очень интересных мест, которые позволят «открыть» для себя город по-новому даже бывалым путешественникам.

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДРА
ЗАГЕР

НЕ ТОЛЬКО ЛУВР

Взглянуть на Париж по-новому смогли журналисты, приглашенные Atout France на выставку *Rendez-vous en France*, которая проходила в выставочном комплексе *Porte de Versailles* 27 и 28 марта.

Несколько групп журналистов разъехались в первый день выставки по разным маршрутам, но под общим девизом — «Узнай Париж».

Группе, в которой были российские журналисты, достался западный и восточный Париж. А первой остановкой на маршруте стала фабрика севрского фарфора *Sèvres — Cité de la Céramique*.

Вероятно, нет человека, который не слышал бы о севрском фарфоре. Знаменитая фабрика начала свою деятельность еще в середине XVIII века и по сию пору держит марку. Любитель всего прекрасного Людовик XV поддержал производство фарфора во Франции, в 1759 году это фабрика становится королевской мануфактурой. Здесь принято доби-

ваться идеального качества каждого изделия, делать так, чтобы любая чашка, тарелка или ваза были произведением искусства.

Сюда стоит приехать хотя бы ради посещения музея. Помимо классических произведений, здесь есть место и для современного искусства. По музею можно гулять и не уставать поражаться разнообразию человеческой фантазии и мастерства.

Лодочная прогулка по каналу — замечательный способ получить новые впечатления от города, особенно если вы сами эту лодку ведете. И не важно, что нет прав, тут они не нужны. Небольшие шестиместные электрические лодочки компании *Marin d'eau douce* — прекрасный вариант провести время в Париже. Можно поплыть на них на пикник, устроить соревнование или просто любоваться с их борта видами города.

Париж богат многими блестящими музеями и картинными галереями. Однако помимо тех, что на слуху, есть и другие, на которые тоже стоит обратить внимание. Например,



галерея современного искусства Thaddaeus Roras. Галерея расположена в районе Пантен, в отреставрированном помещении завода, превращенном в арт-пространство.

В галерее удалось посмотреть выставку работ Ансельма Кифера (Anselm Kiefer), посвященную итальянскому философу Андреа Эмо, чьи труды оказали на художника большое влияние. Полотна Ансельма Кифера раскрываются на расстоянии. Если смотреть на них вблизи, они кажутся странным нагромождением красок, смолы и металла. Однако стоит отойти подальше, как картины на глазах превращаются то в утренний лес, то в распавшего крылья ангела, то в рассвет, то в подернутый ряской пруд. Они завораживают редким сочетанием авангардизма исполнения и четкости изображения.

Пивной завод — не самая очевидная достопримечательность Парижа, но при этом более чем достойная внимания.

Жила-была с 1890 года на улице Rue de Sargette, в нынешнем 14-м округе Парижа, пивоварня Gallia. Ее дела в Париже шли так хорошо, что к 1896 году пивоварня была крупнейшей в городе. Пивоварня с успехом работала вплоть до 1969 года, но вынуждена была закрыться, не выдержав конкуренции и наступления крупных пивных заводов.

Своим возрождением пивоварня обязана друзьям — Гийому Рою (Guillaume Roy) и Жаку Ферте (Jacques Ferté). Обнаружив обоюдную любовь к хорошему пиву и тот факт, что у Парижа до сих пор нет своего фирменного сорта, они решили исправить эту ситуацию. Так, у Gallia появилась вторая дата рождения — 2009 год. При пивоварне есть бар, где можно попробовать местные фирменные сорта.

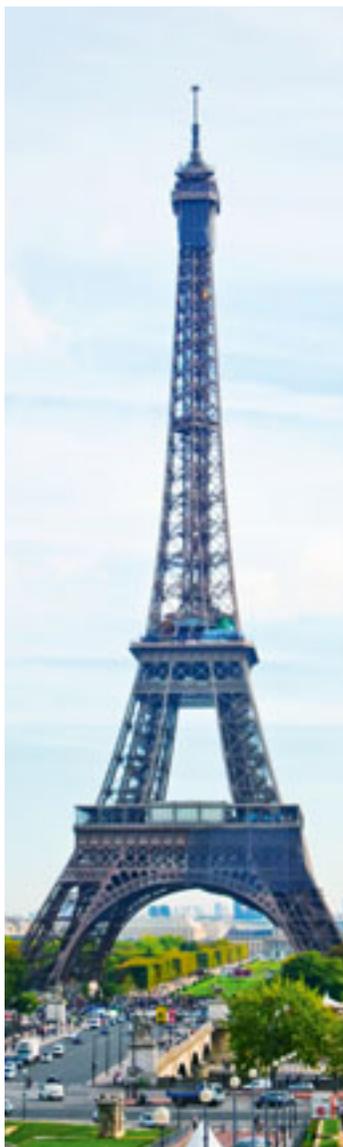
КАРТИНКИ С ВЫСТАВКИ

Rendez-vous en France — ведущая французская туристическая профессиональная деловая выставка. Ежегодно она проходит в разных регионах Франции, на этот раз ее принял Париж. Свои возможности здесь показали представители всех 13 регионов страны.

Генеральный директор Atout France Кристиан Мантеи (Christian Mantei) отметил, что выставка дала возможность 750 французским компаниям рассказать о своих продуктах нужной целевой аудитории.

Кроме того, в рамках выставки было организовано 40 фам-трипов для 350 туроператоров.

16,4 млн
гостей приехали в Париж
в 2017 году. Это самый
посещаемый город мира



Делегация профессионалов из России и СНГ является традиционно одной из самых значимых на выставке. В этом году она насчитывала 56 участников.

Rendez-vous en France — это знаковое событие для туристической индустрии Франции и всех зарубежных партнеров. Профессионалы, работающие с французским рынком, это знают. Региональные туристические комитеты, офисы по туризму, отели, принимающие и транспортные компании, театры, музеи, кабаре — все они члены Ату Франс, контакты с ними нужны для развития.

«Россия входит в список приоритетных рынков, в связи с чем, по решению межправительственного туристического совета Франции, выдача виз для россиян производится в срок 48 часов. Процедура получения визы проста, что, конечно же, не могло не сказаться на увеличении потока во Францию (+60% выданных виз консульством Франции в Москве в 2017 году по сравнению с предыдущим годом).

Положительная динамика сохраняется и в нынешнем году, что свидетельствует о продолжении роста потока во Францию, это касается как Парижа, так и регионов. Востребованы традиционно популярные у россиян Лазурный Берег и Овернь — Рона-Альпы, а также Эльзас, Нормандия, Шампань, Прованс, Долина Луары», — рассказывает директор российского представительства Atout France Инесса Короткова.

Интерес со стороны российских туристов к Франции не угасает. Так, в регионе Рона-Альпы большой поток российских туристов, правда, пока в основном это касается горнолыжных туров.

Сейчас одна из важнейших задач региона — продвижение его как круглогодичного направления, а не только горнолыжного. Он ведь очень разнообразен — есть и горы, и равнины, и озера, и даже вулканы. Все большую популярность сейчас набирают гастрономические и культурно-исторические туры в регион. Здесь 93 ресторана со звездами Мишлен, причем у восьми из них таких звезд три. Это самое популярное гастрономическое направление во Франции после Парижа. Запуск прямого рейса из Москвы в Лион также повысил популярность города среди российских туристов, city-break туры в город сейчас активно продвигаются в том числе и в России. Еще одно интересное и популярное направление — спа-туры.

НЕСТАНДАРТНЫЕ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ ПАРИЖА

- Музей и фабрика северского фарфора Sèvres — Cité de la Céramique



- Галерея современного искусства Thaddaeus Ropac



- Блошинный рынок Сент-Уан



- Бар и пивоварня Gallia

В конце концов, именно здесь расположены знаменитые на весь мир Эвиан и Виши.

Ждет российских туристов и Бретань. «Ренн — очень атмосферный город, с массой исторических памятников, здесь проходит множество тематических фестивалей, особенной популярностью пользуются гастрономические и музыкальные», — рассказывает представитель региона Мари-Элен Абри (Marie-Helen Aubree). Ренн находится всего в полутора часах езды от Парижа на поезде, и при желании можно устроить себе однодневную поездку в этот старинный веселый город.

Недостатка в разного рода вечерних развлечениях, спектаклях и шоу в Париже нет, однако в октябре здесь появится представление, которое обречено на популярность. Это шоу о жизни и творчестве Жана-Поля Готье под названием Fashion Freak Show. Оно будет проходить в театре Folies Bergere.

В рамках выставки прошла пресс-конференция, посвященная грандиозному событию — 500-летию Ренессанса в регионе Центр-Долина Луары.

Король Франциск I и Леонардо да Винчи, которого он позвал во Францию, в значительной степени способствовали распространению идей Ренессанса в стране и стимулировали развитие науки, культуры, в частности, художественных промыслов, литературы.

Празднование 500-летия Ренессанса в 2019 году будет временем переосмысления наследия с точки зрения современного искусства и технологий. Предполагается более чем широкое празднование и национального, и международного масштаба. Это будет целое движение с историческими, художественными и научными составляющими. Программа будет составлена таким образом,

чтобы заинтересовать как обычную публику, так и профессионалов в разных областях. Она будет охватывать основные темы Ренессанса, включая его наследие, искусство и литературу, музыку, садоводство, науку и технику, архитектуру, мастерство, гастрономию. Это позволит получить полное представление об образе жизни того времени.

Празднование продлится весь 2019 год. Культурная программа предполагает, в частности, большое трэвел-диджитал шоу, сочетающее современное художественное и музыкальное творчество, международный архитектурный конкурс, экскурсии, банкеты, множество выставок, международные симпозиумы и т. д.

Здесь считают, что дух Ренессанса витает в Долине Луары и приглашают всех желающих в этом убедиться.

ПОТЕХЕ — ШАНС

Вечерняя программа для участников выставки Rendez-vous en France тоже отличалась оригинальностью. Приветственный вечер, организованный Paris Convention and Visitors Bureau и Paris Region Tourist Bureau и их партнерами, прошел... на блошином рынке. На огромном знаменитом рынке Сент-Уан. Много лет назад, в 1870 году, старьевщиков вынудили уйти из Парижа, и они разбили лагерь на подступах к городу, близ деревни Сент-Уан. Так там появился классический блошинный рынок, который с годами разросся до нынешних гигантских размеров. На 7 га находятся 14 разных рынков в огромных ангарах, это крупнейший блошинный рынок в мире. Приветственный вечер начался с того, что гости получили возможность изучить ассортимент одного из ангаров. Здесь есть все — от антикварных украшений до винтажных пластинок, от мебели до кузнечной утвари. Гуляя там, словно обманываешь время, оказываясь то в игривых 20-х годах прошлого столетия, то в полных надежд 50-х, то в смелых 70-х. За прогулкой последовал зажигательный канкан и ужин, накрытый прямо в проходах одного из торговых ангаров.

Гала-ужин был дан в новом концертном комплексе Парижа — Музыкальной Сене. Меньше всего он напоминал традиционный чопорный ужин — это была веселая дискотека, где после устриц и прекрасного вина можно было вдоволь потанцевать. **TE**



Конфликт: быть или не быть?

Даже самый идеальный отель не застрахован от возникновений неприятных ситуаций: жалобы, претензии гостя случаются повсеместно. Как сделать так, чтобы жалоба не переросла в конфликт и чтобы гость в итоге сам забыл, чем он был недоволен. Это целое искусство, и сотрудники отелей делают все, чтобы его постичь и применить на практике.

ТЕКСТ ЛАРИСА МИХАЙЛИК

Стандарты любого отеля, а уж тем более сети, обязательно регламентируют общие правила поведения сотрудников в конфликтных ситуациях. Для этой задачи существуют выработанные принципы и алгоритмы. Наиболее известна и популярна корпоративная модель сети Marriott International — LEARN. Буквы в аббревиатуре обозначают следующее: L — Listen — выслушай, E — Empathize — сочувствуй; A — Apologize — извинись; R — React — предложи решение проблемы; N — Notify — сообщи о решении. Отечественные компании пошли по такому же принципу:

AZIMUT Hotels для работы с жалобами гостей любого характера использует алгоритм

HEART, а принципом LAST руководствуются в сети AMAKS Hotels & Resorts. Смысловая нагрузка всех аббревиатур крайне близка: сотрудник должен внимательно выслушать жалобу или претензию гостя, максимально полно представлять себе сложившуюся ситуацию, выразить сочувствие, после этого обязан принести извинения за возникшую проблему (не важно, кто именно из коллег виноват, извиниться должен тот, к кому обращается гость). Далее необходимо предложить

вариант решения проблемы. В случае если у работника нет необходимых полномочий для урегулирования ситуации, он должен сообщить время, в течение которого гость получит информацию о решении проблемы. Главное правило: вернуться к постояльцу в оговоренное время и предложить решение должен именно тот сотрудник, к которому поступила жалоба. Практика показывает, что подобная линия поведения работников отелей великолепно работает и позволяет решить проблему в большинстве случаев.

Зная правила успешного выхода из конфликтной ситуации, многие отели предоставили возможность сотруднику, к которому обратился клиент, самостоятельно принимать решения в формате «здесь и сейчас». «Гостей больше всего

раздражает, когда их «передают» по цепочке, в поисках того, кто имеет полномочия предоставить комплимент или найти альтернативный способ удовлетворения их претензии. Часто самым важным бывает скорость разрешения ситуации. Здесь имеет значение позиция руководства в наделении полномочиями линейных сотрудников, чтобы они не боялись брать на себя ответственность, понимая, что за комплиментарную чашечку кофе он не будет писать объяснительную записку», — объясняет Анна Герасимова, ранее занимавшая должность руководителя направления по обучению и развитию персонала в компании Cosmos Group.

Несмотря на широкие полномочия сотрудник, решающий конфликтную ситуацию, должен помнить следующее: не следует показывать свое безразличие в отношении проблемы, с которой к нему обратился гость, ни в коем случае не вступать в конфликт, не проявлять агрессию, не пытаться спорить и оправдывать себя. В случае острого конфликта работник должен связаться со своим руководителем или генеральным менеджером, чтобы привлечь все возможные ресурсы для выхода из сложившейся ситуации.



УМЕНИЕ РЕШИТЬ КОНФЛИКТ — ЧЕМ НЕ НАУКА?

«Конфликтные ситуации, несмотря на разнообразие, я бы разделила условно на две категории: те, которые вызваны плохой работой или коммуникацией сотрудников отеля, и те, которые происходят по причинам внутреннего состояния или взглядов гостя и никак не связаны с качеством обслуживания. В обоих случаях существуют различные правила и подходы к решению ситуаций, — продолжает Анна. — Но даже если сотрудник хорошо знает алгоритм и отлично решает сложные ситуации в учебных условиях, при встрече с реальным негодующим гостем часто теряется. Поэтому важно на еже-

дневных пятиминутках разбирать ситуации, способы реагирования, проигрывать их, создавая «копилку опыта» команды и развивая внутреннюю уверенность сотрудников».

Хорошим помощником в «оттачивании» таких навыков является приложение My Learning, расположенное на платформе IHC Merlin. «Оно предоставляет обязательные к прохождению тренинги, касающиеся обслуживания гостей и решения конфликтных ситуаций, но помимо этого, в гостинице Holiday Inn Express Voronezh — Kirova ежедневно проводится планерка с руководителем отдела СПиР и его подчиненными, а на ежемесячных собраниях обсуждаются всевозможные ситуации и их решения», — рассказывает Карина Елинек, координатор отдела продаж гостиницы.

Более чем серьезно к способам решения конфликтов относятся в Туристских гостиничных комплексах «Измайлово» («Гамма» 3* и «Дельта» 4*). «На нашей территории одновременно может находиться до 10 тыс. человек, только представьте количество коммуникаций, которое свершается здесь при такой масштабности! Сотрудники мегакомплекса регулярно проходят тренинги, на которых подробно разбираются не только ситуации, произошедшие непосредственно у нас, но и «подслушанные» у коллег. Помимо обучения линии поведения при решении сложной ситуации, мы объясняем работникам, что «гость ругается на форму». И не важно, кто именно стоит перед ним: сотрудник — это представитель гостиницы, услугами которой недовольны, — рассказывает Кристина Горючкина, заместитель коммерческого директора по связям с общественностью. — Понимание этого факта позволяет персоналу сохранять спокойствие при чрезмерной эмоциональности гостя и полностью сосредоточиться на решении возникшей проблемы».

Как отмечают отельеры, половина конфликтов заканчивается в первые минуты общения с профессиональным сотрудником, который «умеет слушать». «Часто человеку просто нужно выговориться, получить сочувствие и поддержку. Мы это понимаем и даем такую возможность каждому гостю, поэтому работники отеля все немного психологи», — сообщает Екатерина Журавлева, менеджер службы гостевых услуг «Москва Марриотт Ройал Аврора».

«ОПЫТ, СЫН ОШИБОК ТРУДНЫХ»

Несмотря на четкие инструкции, важную роль в умении успешно «разрулить» даже самую неприятную ситуацию играет личный опыт. «Гости не любят заискивания, невнятных извинений и объяснений причин неудобства. Им нужно, чтобы проблему восприняли всерьез и максимально быстро ее решили. Поэтому залогом успеха в решении конфликтных ситуаций я назову располагающую внешность, грамотную речь, поставленный голос, спокойное и дружелюбное поведение, четкое и профессиональное решение проблемы», — делится опытом Анатолий Михеев, руководитель службы питания отеля «Интурист Коломенское» под управлением компании Cosmos Group. «Зачастую выручает умение «активного слушания», но если конфликт близок к стадии скандала,

то полезно увести гостя из лобби. Во-первых, это не даст конфликту затронуть других, а во-вторых, по пути гость может немного остыть», — рассказывает Елена Мосийчук, директор «AZIMUT Отель Мурманск».

Подобной «тактике» учат в сети AMAKS Hotels & Resorts. «Важно изначально минимизировать количество участников конфликтной ситуации, уведя зачинщика в сторону. Этот маневр помогает лучше понять тип конфликтной личности, и, следовательно, у сотрудника появится возможность использовать соответствующие психологические приемы работы с ней. Этому мы учим своих работников», — рассказывает Сергей Пацай, генеральный директор «Курорт Красная Пахра». — Методы, которые я использую для выхода из конфликта, зависят от того, каким он является изначально по сути: носит конструктивный характер или это деструктивный агрессивный конфликт. Во втором случае лучшим способом является уход от конфликта или его сглаживание: на время согласиться с претензиями, взять тайм-аут, дать противоположной стороне остыть, снять эмоциональное напряжение. Лучшее решение конструктивных конфликтов — это сотрудничество или компромисс. Под компромиссом я понимаю принятие приемлемого для обеих сторон решения путем взаимных уступок, а под сотрудничеством — совместный поиск решений без ущерба для обеих сторон. Но каким бы ни был финал конфликта, всегда нужно дать оппоненту выговориться, не перебивать его. Важно постоянно поддерживать обратную связь, смотреть в глаза, уменьшить дистанцию, улыбнуться. Можно чуть затянуть темп беседы, если оппонент говорит слишком быстро или взволнованно. По моим наблюдениям, если первое знакомство с гостем началось с конфликта, а выход из него был достигнут путем сотрудничества, то именно такие гости чаще всего становятся постоянными и лояльными клиентами», — резюмирует Сергей.

ЕСЛИ НЕ ПРАВ ГОСТЬ

Бывает так, что конфликт зарождается по вине гостя. «Часто гости требуют заселить их сразу по приезду и без дополнительной оплаты, пренебрегая правилами о времени заселения. При невозможности раннего заезда мы стараемся идти на уступки, но часто вынуждены отказывать, ведь номер может быть еще занят или находиться в процессе уборки. В этом случае мы угощаем кофе, предлагаем сдать вещи в багажную комнату. Обязательно делаем акцент на достоинствах номера, чтобы гости понимали, что ожидание не напрасно», — говорит Екатерина Юсупова. Случается, что гость не понимает



СЕРГЕЙ ПАЦАЙ,

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «КУРОРТ КРАСНАЯ ПАХРА»

Важно изначально минимизировать количество участников конфликтной ситуации, уведя зачинщика в сторону. Этот маневр помогает лучше понять тип конфликтной личности, и, следовательно, у сотрудника появится возможность использовать соответствующие психологические приемы работы с ней.

**ЕКАТЕРИНА ЖУРАВЛЕВА,**

МЕНЕДЖЕР СЛУЖБЫ ГОСТЕВЫХ УСЛУГ
«МОСКВА МАРРИОТТ РОЙАЛ АВРОРА»

Часто человеку просто нужно выговориться, получить сочувствие и поддержку. Мы это понимаем и даем такую возможность каждому гостю, поэтому работники отеля все немного психологи.

концепции отеля: «Немногие владеют полной информацией о стандартах и услугах бренда Holiday Inn Express, поэтому многие ожидают сервис уровня Holiday Inn: планируют провести вечер в ресторане, спа-центре или тренажерном зале, которые не предусмотрены нашими стандартами. Именно из-за этого возникает первое недовольство посетителей.

В этом случае персонал старается объяснить гостю концепцию гостиницы и предлагает услуги кафе-партнеров, телефоны службы доставки еды и т. д.», — рассказывает Карина Елинек.

Некоторые гости пользуются лояльностью отелей и предъявляют к ним необоснованные требования, а иногда ведут себя откровенно по-хамски, оскорбляя персонал. Особенно это касается объектов, куда гости приезжают отдыхать на длительный период. Сотрудникам сети AMAKS Hotels & Resorts доводилось встречаться и с такими претензиями: «Почему мне не разрешают приходить в ресторан с собакой? Это член моей семьи, и она чище, чем вы все вместе взятые», «Почему не предупредили, что детский бассейн не работает? Мой ребенок расстроился и закатил истерику. Он вытрепал нервы мне, теперь я буду трепать их вам», «Если у вас нет детской беседки в тени, то вы сейчас возьмете зонт и будете носить его над моим ребенком, пока он будет гулять».

В последнее время у отельеров даже появился термин «потребительский терроризм» — поведение гостей, намеренно выискивающих малейшие недочеты в работе отеля с целью получения для себя дополнительных бонусов и преференций. Именно поэтому сотрудники Туристских гостиничных комплексов «Измайлово» («Гамма» 3* и «Дельта» 4*) обучены приносить комплиментарные извинения только в случае, когда неудобства действительно произошли по вине гостиницы. «В иных ситуациях мы сочувствуем и сопереживаем гостю, помогаем решить возникшую проблему, но не извиняемся, — объясняет Кристина Горючкина. — Необоснованные извинения в виде компенсации могут спровоцировать «потребительский терроризм», который с развитием соцсетей и «сайтов-отзывиков» активно себя проявляет. Появились целые сообщества с подробными инструкциями, как получить компенсацию, даже если вины отеля или ресторана нет. Чтобы быть уверенным, что речь идет именно о таком явлении, нужно точно знать, что каждый из сотрудников действительно сработал безупречно. Этому будут объективные доказательства: видео- и аудиозаписи с камер наблюдения, документация и т. д. Если же гость действительно обнаружил наше «слабое место», то мы благодарим его приятным подарком, а затем принимаем меры по ликвидации таких недочетов», — резюмирует Кристина.

ЕСТЬ ЛИ В КОНФЛИКТЕ СЕЗОННОСТЬ?

Все отельеры единодушны в том, что в праздничные дни сложнее работать. «Это характеризуется в первую очередь высокой эмоциональной нагрузкой: гостям хочется как можно быстрее (зачастую значительно раньше часа заезда) получить номер и начать долгожданный отдых, но сотрудники не могут его еще предоставить. Налицо конфликтная ситуация, — объясняет Полина Коченкова, генеральный директор УК SK Hotel Management. — В такие периоды проводятся дополнительные тренинги, график формируется так, чтобы обязательно были опытные сотрудники на смене, назначается дежурный менеджер».

Далеко не последнюю роль в предпосылках к конфликтным ситуациям играет специфика отеля. «Марриотт Ройал Аврора» — в первую очередь бизнес-отель. Бизнесмены, директора и владельцы компаний составляют основную часть гостей, для них в приоритете комфортные условия работы и отдыха, — рассказывает Екатерина Журавлева. — Зачастую это наши постоянные гости, и мы знаем их предпочтения и привычки, и это значительно облегчает жизнь нашим сотрудникам. Но в весенне-летний период в отель приезжают самостоятельные туристы и туристические группы, а их обслуживание — уже иная специфика».

Некоторую специфическую «сезонность» все же можно проследить: количество жалоб и конфликтов имеет тенденцию возрастать на выходных. «Для бизнес-отелей это особенно актуально, ввиду того что в выходные дни услугами пользуется абсолютно другой контингент гостей, — сообщает Янина Шкребец. — В будние дни преобладают корпоративные клиенты, посетители ЕХРО и бизнес-мероприятий в городе, а в выходные гостями «AZIMUT Отель Тульская» являются молодые люди, которые приезжают на отдых. Именно молодые пары являются самыми конфликтными гостями. Зачастую это выражено особенностью поведения данной группы клиентов — желанием «порисоваться» перед второй половинкой. Также большинство молодых людей ассоциируют слово «отель» с курортными объектами размещения, которые они посещают в отпусках или на каникулах за границей, зачастую с отличным от городского отеля спектром услуг, тогда как бизнеспутешественники осознают разницу между курортными и городскими отелями».

Невзирая на пики загрузки или специфики сезонности, есть тенденции к увеличению числа конфликтных ситуаций. Это связано с тем, что нынешние клиенты более информированные и грамотные, они знают, что они хотят и должны получить. «Я объясняю это тем, что гости стали более требовательными. Во-первых, россияне стали много путешествовать, у них появился опыт, они привыкли к определенному уровню сервиса, им есть с чем сравнивать. Во-вторых, покупательская способность населения в целом снизилась, и за свои деньги люди хотят получить все и даже больше. Ну и в-третьих, благодаря телевизионной программе «Ревизорро» многие гости почувствовали себя экспертами в гостиничном бизнесе и не упускают случая продемонстрировать свои знания персоналу», — резюмирует Сергей Пацай. **ТБ**



VORONEZH MARRIOTT HOTEL

КАТЕГОРИЯ 5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ 21 декабря 2017 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Россия, Воронеж, проспект Революции, 38

НОМЕРНОЙ ФОНД
221 номер

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ
ресторан средиземноморской кухни Olea, стейк-хаус Grill & Grain и бар Avenue 38. В отеле работает фитнес-центр, девять конференц-залов, а также банкетный зал.

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ
от 2994 рублей за двухместный номер в сутки

5*

HYATT REGENCY MOSCOW PETROVSKY PARK

КАТЕГОРИЯ 5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ декабрь 2017 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Россия, Москва, Ленинградский проспект, 36, строение 33

НОМЕРНОЙ ФОНД
298 номеров, включая 39 сьютов, площадью от 35 кв. метров (стандартный номер) до 183 кв. метров (сьют «Петровский»)

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ
лаундж-кафе Promenade, ресторан русской кухни Heritage, ресторан и баре Oriental. В отеле работает фитнес-центр Olympus Fitness & Spa, 13 залов для мероприятий, а также банкетный зал Regency Ballroom площадью 700 кв. Метров

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ
от 14 200 руб. за стандартный номер в сутки

5*

СПРАВКА «ТБ»

Сроки открытия отеля неоднократно переносились: первоначально оно было запланировано на конец 2015 года, затем должно было состояться в первом квартале 2016-го.

Контролирующим собственником объекта выступает ОАО «Домостроительный комбинат» (ДСК). Инвестиции в строительство отеля составили 4,5 млрд рублей.

В ходе запуска второй очереди в гостинице откроют 101 апартамент. Ранее предлагалось, что они будут выставлены на продажу, однако теперь стало известно, что они будут сдаваться в аренду. Сроки сдачи второй очереди проекта официально не объявлены.

СПРАВКА «ТБ»

Hyatt Regency Moscow Petrovsky Park — третий отель под брендом Hyatt Regency в России и первый — в Москве. Сейчас в РФ работает три отеля сети Hyatt, включая Ararat Park Hyatt Moscow, Hyatt Regency Sochi и Hyatt Regency Ekaterinburg.

Новая гостиница введена на территории «ВТБ Арена парк». Это проект комплексного развития территории, включающий в себя строительство многоцелевого спортивного и концертно-развлекательного комплекса («ВТБ Арена» и Центральный стадион «Динамо»), Академии спорта «Динамо», городского квартала «Арена парк», а также спортивного парка «Динамо». Общая площадь — около 32 га. Титульный спонсор — Банк ВТБ (ПАО).



MERCURE SARANSK

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ март 2018 года



РАСПОЛОЖЕНИЕ

Россия, Республика Мордовия, Саранск, ул. Коммунистическая, д. 37



НОМЕРНОЙ ФОНД

120 номеров разных категорий



К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

ресторан на 85 посадочных мест, бар, конференц-центр, велнесс-центр с сауной, хаммамом, массажным кабинетом и тренажерным залом.

4*

СПРАВКА «ТБ»

Отель откроется в преддверии Чемпионата мира по футболу 2018 года и станет первой гостиницей под международным брендом в городе.

Инвестором и заказчиком строительства выступило ООО «Петролинк».

Как заявлял гендиректор Accor Russia — CIS Алексис Деларофф, отель в Саранске вписывается в стратегию компании быть в любом крупном городе и региональной столице России. Номера в гостинице, по его словам, будут стоить примерно от 4000 до 7000 руб. в сутки. Деларофф не видит конкурентов и не слышал о планах других международных гостиничных операторов войти в Саранск.

«RADISSON BLU РОСТОВ-НА-ДОНУ»

КАТЕГОРИЯ 5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ март 2018 года



РАСПОЛОЖЕНИЕ

Россия, Ростов-на-Дону, Береговая ул, 25Г/4



НОМЕРНОЙ ФОНД

81 номер, включая президентский и два представительских сьюта



К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ



ресторан Fire Lake Grill House&Cocktail Bar, четыре зала для конференций вместимостью до 70 человек, фитнес-центр, заказ экскурсий

5*



СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ

от 6900 рублей

СПРАВКА «ТБ»

Отель открывался под брендом Radisson в 2008 году, но потом сменил владельца и бренд. Несколько раз менял хозяев. Новый владелец Иван Саввиди решил реновировать гостиницу и вернуть ей бренд Radisson.

Мишель Сталпорт, старший вице-президент Radisson Hotel Group в регионе Восточной Европы и России говорит: «Это лучшее место в городе: близкое расположение архитектурных достопримечательностей и великолепная набережная реки Дон. Уверен, что такое окружение в сочетании с нашими стильными и просторными номерами оставит у гостей незабываемые впечатления».

В Мадрид, в музей! И не только в Прадо

ЧАСТНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

Сложно найти человека, который не знал бы о существовании музея Прадо в Мадриде.

Однако это далеко не единственный крупный художественный музей испанской столицы. Здесь есть «Золотой треугольник искусств», каждый угол которого — прекрасный музей. В одном Прадо, в другом — Центр искусств королевы Софии, полный шедевров авангардистской живописи. А в третьем углу расположился самый, пожалуй, удивительный музей — Тиссен-Борнемиса. Он нем стоит рассказать чуть подробнее.

ИСТОРИЯ И КОЛЛЕКЦИИ

Музей Тиссен-Борнемиса своего рода хрестоматия живописи последних нескольких сотен лет. Он открылся в Мадриде 8 октября 1992 года и расположен во Дворце Вильяэрмоса, неподалеку от Прадо. Своей коллекцией музей обязан семье Тиссен-Борнемиса, которая на протяжении двух поколений собирала самые разнообразные произведения искусства. Основную часть коллекции в начале XX века собрал Хайнрих Тиссен-Борнемиса, покупая картины старых мастеров. Его дело продолжил сын Ганс Хайнрих Тиссен-Борнемиса, пока наконец коллекцию не купило испанское правительство за \$350 млн с условием, что ни одно из произведений не будет продано и коллекция больше не будет пополняться.

Размеры коллекции музея таковы, что основная экспозиция размещается на трех этажах, причем расположены картины во вполне определенном порядке.

Начинается обзор со старинной живописи, что находится на втором этаже, — итальянские примитивисты, картины эпохи Ренессанса и барокко, все это здесь. При этом два зала — тематические, один посвящен портретной живописи эпохи Возрождения, второй — своего рода Инстаграм прошлого — городские пейзажи XVIII века.

Первый этаж отдан голландцам, причем самых разных жанров — от интерьеров до натюрмортов. За ними следует живопись нового времени с работами импрессионистов, постимпрессионистов, американских художников XIX века и даже немецких экспрессионистов.



Искусство XX века «живет» на цокольном этаже музея. Тут царство кубизма, абстракций, поп-арта, сюрреализма.

Кстати, коллекцию в этой семье собирали не только мужчины. В новом крыле Дворца Вильяэрмоса находится коллекция Кармен Тиссен-Борнемисы, супруги Ганса Хайнриха Тиссен-Борнемиса. В ее коллекции порядка 200 картин разных художественных школ от XVII до XX веков. Разброс школ поражает: от голландской живописи XVII века до авангардных полотен XX века.

ТУРЫ ПО ИНТЕРЕСАМ

В Музее Тиссен-Борнемиса есть замечательная вещь — тематические туры по всем картинам коллекции.

Например, «Еда». Пища часто становилась темой картин, ведь еда — это символ достатка, определенного социального статуса. Да и потом кулинария всегда была и остается частью любой культуры.

Другой замечательный маршрут — «Мода». Вечная тема в искусстве. Ведь так интересно посмотреть, как одевались в прошлом, представить современников в этих одеждах или героев картин в наших.

Не менее интересны туры по драгоценностям на картинах XV–XX веков. Есть и вовсе неожиданные темы, как, например, «День в Нью-Йорке» или тур, посвященный изменениям климата и отражению этого в картинах. Тур по цветочным композициям, по путешествиям, по изображениям воды, по винной культуре — их действительно множество, выбрать можно на любой вкус.

Все туры есть на официальном сайте музея (www.museothyssen.org) с полным описанием и картинами, которые в тот или иной тур входят. Купить билет и скачать аудиогид можно там же.

Музей открыт ежедневно, в понедельник с 12 до 16 часов, вход бесплатный, в остальные дни — с 10 до 19 часов, индивидуальный билет стоит 12 евро, для групп от семи человек билеты по 10 евро. **ТБ**



Путешествие как игра

Легендарный знаток, обладатель «Бриллиантовой совы» и шести «Хрустальных сов» клуба «Что? Где? Когда?» Александр Друзь признается, что ему нравится путешествовать, особенно туда, где еще ни разу не был.

ТЕКСТ ТАТЬЯНА БЕЛОНОЖКИНА

«Я люблю путешествовать, причем не обязательно за границу. Родные места тоже не забываю. Не секрет, что моим самым популярным маршрутом является: Санкт-Петербург — Москва и обратно.

Я родился и вырос в Петербурге, а в Москве проходят съемки программы «Что? Где? Когда?», которые я стараюсь никогда не пропускать. Мой дебют передачи состоялся в 1981 году и за эти 37 лет я практически не делал перерыва в ее участии».

Горячую любовь к тогда еще Ленинграду привили Александру родители.

«Они приехали сюда после школы и полюбили город, принявший их совершенно по-разному. Мой отец, капитан первого ранга, увлекался историей и фактами. Для него город

дышал событиями прошлых лет. Это был город морской славы и знаменитых побед.

Мама, которая служила медсестрой в блокадном Ленинграде, любила город как родное существо. Для нее он был членом семьи, за которого было немало выстрадано. Мы много гуляли вместе, я узнавал мой город и неизменно чувствовал как родство с ним, так и его величие.

Я люблю смотреть, как, не меняя своего характера сквозь века, город обновляется и обогащается. Иногда у меня появляются новые любимые места для прогулок, но к некоторым маршрутам я возвращаюсь вновь и вновь».

Буквально на днях Александр выпустил в свет свою книгу — путеводитель: «Петербург. Пешком по городу» (изд-во АСТ), в которой поделился своей любовью к близким сердцу местам с читателями.

Ведь кто может знать Петербург лучше, чем истинный петербуржец и один из самых знаменитых интеллектуалов России?

«В этой книге я делюсь моими любимыми маршрутами, по которым я брожу уже более шестидесяти лет, не переставая наслаждаться красотой и величием нашего города.

Пожалуй, самые яркие воспоминания моего детства — это прогулки по городу с родителями. Затем я водил по нему своих школьных друзей и подруг, товарищей студенческих лет, а потом и удивительную девушку Лену, которая впоследствии стала моей женой.

Я показывал Санкт-Петербург моим дочкам и внукам. И, узнавая с каждым годом все новые факты о достопримечательностях города на Неве и неприметных на первый взгляд закоулках, я решил собрать все это под одной обложкой и поделиться со всем миром».

Александр шутит, что для него передача «Что? Где? Когда?» — не роскошь, а средство передвижения.

Куда только не заносила его по игровым делам судьба! Довелось быть и на Дальнем Востоке, и на Сахалине. «Гребешки, — уверяет он, — там просто изумительные, лучшие в мире. А вот мидии и устрицы, конечно, лучше на Лазурном берегу».

«В заграничных поездках открывается многое, чего никогда не попробуешь в России. Я люблю привозить вина из путешествий. Так, моя младшая дочь Марина училась в университете Лугано, в итальянской части Швейцарии. Так вот, должен сказать, что некоторые красные из Тичино очень даже приличные вина...

Вообще из своих путешествий я привожу не только воспоминания для ума и желудка, но и те, которые можно повесить на стену. А именно — тарелочки. Главный принцип: чтобы мне очень нравились города, откуда они привезены. Второе, не менее важное требование — чтобы тарелочки нравились мне визуально. Не поверите, но из моей любимой Венеции я так ничего на стенку и не привез! Не нашел подходящую...

Сейчас у меня таких сувениров более сорока. Вот, например, моя любимая — из Михайловского. Пушкинские горы. Тарелочка изумительной красоты: тонко нарисованный домик рядом с озером. А вот эта — из Нью-Йорка. Долго ее выбирал, измучился, пока нашел то, что мне надо».

Александр констатирует, что игровые навыки очень помогают ему и в повседневной жизни, и в путешествиях. За все это время он научился работать в команде, быстро реаги-

ровать и оценивать ситуацию, быстро принимать решения и их реализовывать.

Говорит, что к путешествию относится как к игре — он к нему не готовится, а настраивается. Каков будет настрой, таков и результат...

«Собираясь в путешествия я, конечно, все-таки планирую маршруты, стараюсь просчитать, когда и где мы будем в таком-то месте. Но судьба часто вносит свои коррективы и так получается, что мы просто не успеваем доехать до забронированных отелей.

Что касается их выбора, то раньше я ориентировался на отели, расположенные в центре города. Чтобы быть в самой гуще событий, чтобы выйти и не потеряться. Если заблудишься, то добрые горожане всегда подскажут, где расположен твой ночлег.

Но сейчас, в эру тотальной навигации, надобность в помощи со стороны отпала. Так что мне сейчас более интересны отели с какой-то изюминкой, историей. Например, прекрасно, если в соседнем номере когда-то жил Байрон. Или еще кто-то великий...»

Одним из самых значительных туристических событий Александр называет прошлогоднее путешествие на Аляску: «Удивительная природа, чудесные люди, масса впечатлений, некоторые из которых стали темой вопросов для нашей игры. Один из них я даже задал, играя в телеклубе против питерских школьников».

Приоткрывая свои ближайшие планы, Александр говорит, что летом он вместе с семьей хотел бы поехать в Швейцарию. Может, добраться до Италии.

«Хотя мы часто бывали в этой стране, север пока изучен плохо. А так, мне очень близка по духу Верона, Болонья.

Мне нравится итальянская кухня: она для еды, а вот французская — для искусства. Обожаю Францию. Эта страна идеально подходит для автомобильных путешествий. Прилетаешь в Париж, а потом на машине неспешно едешь в сторону Швейцарии, Италии... Прекрасная, на мой взгляд, страна Португалия: никто работать не хочет, но как-то все функционирует».

На вопрос, будет ли продолжение серии путеводителей, Александр вздыхает: «Может, когда окончательно выйду на пенсию. Осяду в покое и в воспоминаниях, — тогда может и родится что-то. А пока «собираю лавры» с вышедшей книги. Можно сказать, что работал я над ней три месяца, а писал — всю жизнь. Другого такого города просто нет». **ТЕ**



В путеводителе «Петербург: пешком по городу» Александр Друзь рассказывает о любимых маршрутах



**ИНФОРМАЦИОННЫЙ ВЫПУСК
«ДЮССЕЛЬДОРФ —
ВСЕ ЛУЧШЕЕ ДЛЯ ВАШЕГО
ЗДОРОВЬЯ»**

В издании с разных сторон представлены туристические возможности Дюссельдорфа, приводятся полезные советы для семейного отдыха, эффективного шоппинга, сведения о местной кулинарии. Тема номера — медицинская инфраструктура города, где активно принимают зарубежных пациентов. Представлены ведущие медицинские учреждения Дюссельдорфа, тематические выставки, проводящиеся в городе, а также отели, партнеры программы по приему иностранных пациентов.

Партнер: компании Dusseldorf Tourismus GmbH и Dusseldorf Marketing GmbH



**СПРАВОЧНИК ТУРАГЕНТА
«САКСОНИЯ. ДРЕЗДЕН, ЛЕЙПЦИГ
И НЕ ТОЛЬКО»**

Справочник выходит ежегодно с 2009 г. Его главная задача — обеспечение туроператоров прикладной информацией для организации туров по Саксонии. Предлагаются несколько типовых программ по Саксонии с включением в них Берлина и Праги. Несколько страниц отведены для лечения и обучения в Саксонии. Не забыта и кулинария. Значительное место выделено для шоппинга. Представлены одиннадцать отелей, особенно заинтересованных в приеме туристов из России.

Партнер: T|M|G|S — организация по развитию туризма при правительстве Саксонии



**«ЖУРНАЛ О КЁЛЬНЕ КАК ЦЕНТРЕ
ЗДОРОВЬЯ И ТУРИЗМА»**

Журнал издается на нескольких языках, а в России с 2008 г. В этом году он отмечает 10-летний юбилей. На страницах журнала традиционно широко представлены возможности Кёльна как одного из крупнейших медицинских центров Европы, где большое внимание уделяют работе с иностранными пациентами. В журнале также много информации и о туристических возможностях города, о его магазинах, отелях и культурных традициях, включая знаменитый карнавал, который ежегодно проходит в конце зимы.

Партнер: туристическая организация Кёльна Köln Tourismus GmbH



**СПРАВОЧНИК ТУРАГЕНТА
«ШТУТГАРТ И ОКРЕСТНОСТИ»**

Первый выпуск этого издания вышел 10 лет назад. Его задача дать широкую панораму туристических возможностей Штутгарта и земли Баден-Вюртемберг. Особо представлены наиболее привлекательные бренды этого интересного региона. Прежде всего, автомобильные музеи Mercedes-Benz и Porsche, традиционный народный праздник Canstatter Volksfest (в этом году отмечается его 200-летие), замки и необычные отели.

Партнер: компания Stuttgart-Marketing GmbH в рамках сотрудничества с Туристической организацией земли Баден-Вюртемберг

ПРОЕКТ Destinations ATI ONS

ЧЕТЫРЕ ВЫПУСКА НА НЕМЕЦКУЮ ТЕМУ

**В рамках многолетнего
сотрудничества с туристическими
организациями Германии
ИД «Турбизнес» подготовил
четыре новых издания.**

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



Випсервис

*Мы работаем так, чтобы нас
выбирали сердцем*

HotelStar —
высокотехнологичная
система онлайн-бронирования
отелей от холдинга
Випсервис

Бронируйте отели
в HotelStar через
Портбилет 2.0
или напрямую
на сайте системы.
Все преимущества работы
с Випсервис доступны
Вам в любом случае

Москва,
Переведеновский пер.,
д. 17, к. 1, оф. 210
+7 (495) 626-50-12
hotelstar@vipservice.ru

Высокие технологии

позволяют нам предложить рынку систему, способную удовлетворить потребности даже самых крупных ТМС

Собственные разработки

вкладывают в HotelStar весь свой опыт по успешному запуску трех аналогичных проектов

Точная бизнес-экспертиза

дает возможность действовать на опережение, предвосхищая потребности пользователей

Надёжные поставщики

предлагают на одной платформе размещение в любой точке мира с любым типом оплаты

Легкий поиск

помогает максимально быстро предложить клиенту лучшие варианты по его запросу

«Удобные» нетто-цены

оставляют Вам выбор: сколько зарабатывать на отелях, Вы решаете сами!

HotelStar —

Осенью 2018 года Випсервис предложит идеальную пару для своего билетного продукта — систему бронирования отелей HotelStar

новая звезда в созвездии Випсервис

www.vipservice.ru