

№16 Декабрь 2012

www.tourbus.ru

Турбизнес

Travel Trade Russia



Олимпиада 2014
и туриндустрия



WWW.BREEZE.RU

**КРУИЗЫ
ОТ БРИЗА**

Страна-партнер:



Mitt



Весь мир. Одна выставка.

Получите бесплатный билет на выставку на сайте:

www.mitt.ru

20-я Московская международная выставка
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

20-23 марта 2013

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»



mitt
Саммит

Московский международный
туристический бизнес-саммит
21 марта 2013

Тема года:
Эксклюзивный туризм

Организатор:



Ежегодная официальная поддержка:



Совет
Федерации РФ
Правительство РФ



Государственная
Дума РФ



Правительство
Москвы



Российский
Союз
Туризмистрии

Турбизнес

Travel Trade Russia

Генеральный директор
ИВАН КАЛАШНИКОВ
Заместитель генерального директора,
главный редактор
ЕЛЕНА БОРИСОВА
Заместитель главного редактора
ЯН ХВИЛЕР
Заместитель главного редактора,
главный художник
АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН
Редакция
СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ,
АННА ЮРЬЕВА
Корректор
МАРИНА МАРТЫНОВА
Художник
КОНСТАНТИН ПОТАПОВ
Дизайнер
СВЕТЛАНА ОБУХОВСКАЯ
Фотографии ЕВГЕНИЙ РОГОВ,
БОРИС ПАЛУСОВ
Редактор сайта www.tourbus.ru
МИХАИЛ ШУГАЕВ
Отдел рекламы ОЛЬГА МАЛЬЦЕВА,
НАТАЛИЯ ЖЕЛЕЗОВА,
АНАСТАСИЯ ПШЕНИЧНАЯ
Отдел распространения
ЛАРИСА ТАРАСЮК
Отдел workshop ЛЮДМИЛА СИВОВА
Приложения «Турбизнес»
АЛЕКСАНДР ПОПОВ
Учредитель ООО «Турбизнес»
Издатель ООО ИД «Турбизнес»
Отпечатано в России
Тираж 8 000 экз.
Адрес редакции
Москва, Суворовская площадь, д. 2, стр. 3
Почтовый адрес
107031, Москва, а/я 32
Тел./факс (495) 723-72-72
E-mail редакции
tb@tourbus.ru
E-mail рекламного отдела
reclama@tourbus.ru
E-mail отдела workshop
workshop@tourbus.ru
Интернет www.tourbus.ru
Журнал «Турбизнес
на Северо-Западе» (СПб)
(812) 335-08-83, 310-32-45
E-mail tourbus@westcall.net



Подписка на «Турбизнес» по каталогу
«Почта России». Подписной индекс 26098
Журнал зарегистрирован
в Государственном комитете
Российской Федерации по печати.
Свидетельство о регистрации № 017214.
Редакция не несет ответственности
за достоверность информации,
содержащейся в рекламных объявлениях.
При использовании материалов ссылка
на журнал «Турбизнес» обязательна.

ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО...

Идея «переходящей» Новогодней столицы России с использованием при организации праздничных мероприятий уникальных историко-культурных традиций регионов была принята на первом Координационном совете по туризму Министерства культуры РФ. «Исторический» Новый год впервые будет отмечаться в Казани. Именно это мероприятие возглавит формируемый Министерством культуры «Национальный календарь событий». Казань готовит интересную программу для всех новогодних туристов. Впервые в городе будет установлена гигантская елка высотой 41 метр. Туристов ждут разнообразные культурные и развлекательные мероприятия в период праздников и каникул.



В НОМЕРЕ

СОБЫТИЯ

- 4 Ростурпомощь ждет взносов
- 5 Три источника, три части

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК – РОССИЯ

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ

РЕДАКЦИОННАЯ ПОЧТА

ТЕМА НОМЕРА

- 12 Туроператоры готовы
- 14 От количества к качеству
- 17 Чем привлечь, как развлечь
- 18 Олимпийские парадоксы
- 20 Лондон как пример для Сочи
- 22 Время договариваться

ПРОФЕССИОНАЛ

ТУРОПЕРАТОРЫ

РЕГИОНЫ РОССИИ

- 28 На Волгу, в Саратов

32 ТРАНСПОРТ

33 ГОСТИНИЦЫ

РЫНКИ

- 34 Земля контрастов
- 36 Регги без остановки
- 38 Карибы – курорты и поклонники
- 41 Большой мир Микронезии
- 44 Мальта: теплый комфорт
- 46 Хорватия не отдалится
- 48 Дегустация Литвы

50 ЗАОЧНЫЙ СЕМИНАР

56 КРУИЗЫ

58 ВАШ КОНСУЛЬТАНТ

60 РАБОЧАЯ НЕДЕЛЯ

63 VIP-КЛИЕНТ

Хорошо забытое старое

Почти половина британских туристов (48%) в 2012 году бронировали зарубежный отдых в турагентствах. «После активного ухода в интернет и самостоятельной организации поездок британцы возвращаются к практике приобретения пакетных туров», — комментируют специалисты Британской ассоциации турагентств

(АВТА). В 2010 году пакетные туры приобрели 37% туристов из Соединенного Королевства, в 2011 — 42%.

Пакетные туры особенно популярны у клиентов в возрасте от 35 до 44 лет. Заметно выросло число людей, бронирующих пакеты для поездок по Британии. На долю таких туристов в 2012 году пришлось 23% заказов, это почти вдвое больше, чем в 2011 году (12%). Одновременно снижается доля самостоятельных бронирований отдыха в Британии — до 34% вместо 36% и за рубежом — до 40% в 2012 году вместо 43% в 2011 году.

По данным АВТА, главная причина происходящего — стремление туристов обезопасить себя. Кроме того, в последние годы потребители стали больше ценить экономическую выгоду пакетного отдыха.

Магия круглых чисел

Число туристов, обслуженных в текущем году туроператором «Натали Турс», вплотную приблизится к отметке в миллион человек, а оборот компании — к миллиарду долларов. Об этом заявил заместитель генерального директора «Натали Турс» Андрей Савостьянов. Стратегия туроператора — создание собственных принимающих компаний за рубежом (за исключением ОАЭ) и расширение агентской сети в России, которая уже сейчас насчитывает около 8 тысяч турагентств. 1 декабря на линию Москва — Дубай вышел крупнейший в мире серийный авиалайнер А-380, вместимость которого — 525 пассажиров в салоне трех классов. «Натали Турс» отработывает опцию «check in на борту» для своих клиентов, отправляющихся в ОАЭ.

ЗНАЧЕНИЕ СТРАН БРИК КАК РЫНКОВ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА*

	1	2	3	4	5
КНР	28%	26%	17%	18%	11%
Бразилия	24%	18%	18%	22%	20%
Россия	18%	19%	19%	21%	22%
Индия	15%	21%	27%	20%	17%
ЮАР	15%	15%	19%	19%	32%

По шкале от 1 (наиболее важно) до 5 (наименее важно)

Источник: опрос специалистов туристической индустрии, World Travel Market 2012 Industry Report

»» 4980

компаний зарегистрированы на сегодняшний день в Едином федеральном реестре туроператоров. Из них 2331 туроператор занимается выездным туризмом.

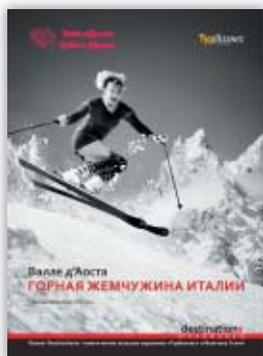
Рекордный итог года

В 2012 году в ИД «Турбизнес» по проекту Destinations вышли в свет 32 тематических выпуска и приложения журналов «Турбизнес» и Business Travel, а также издания, подготовленные специально для интернета.

Наиболее широко в этом пакете представлена Германия — восемь направлений, среди которых Гамбург, «открытый» этой осенью. Среди других открытий года — США. Выпуск «Америка. Путешествие в страну мечты» подготовлен вместе с некоммерческим партнерством Visit USA Russia. «Руководство для профессионалов» по Швеции —

еще одна издательская новинка ИД «Турбизнес». На основе плодотворного сотрудничества с Национальной туристической организацией Венгрии вышло несколько изданий, посвященных оздоровительным курортам этой страны. Для Департамента туризма и коммерческого маркетинга Дубая выпущена брошюра в альбомном варианте пятого формата «Дубай. MICE-Destination». Скоро специалисты турфирм получают «Папки менеджера по Дубаю». Осенний сезон по традиции открыл выпуск, посвященный итальянской области Валле-д'Аоста. Популярны у читателей наши фирменные выпуски «Горные лыжи» и «Путешествие за здоровьем».

Все печатные тематические выпуски проекта Destinations представлены на сайте www.tourbus.ru в виде PDF-версий. Здесь же выставлены более десятка информационных онлайн-выпусков, подготовленных по заказам аэропорта Мюнхена, Саксонской туристической организации и Туристического офиса Франкфурта.



ТОР-10

ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩИЕСЯ ТУРИСТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ

- 1 Мар-дель-Плата, Аргентина
- 2 Сан-Паулу, Бразилия
- 3 Киев, Украина
- 4 Монтевидео, Уругвай
- 5 Перт, Австралия
- 6 Мехико, Мексика
- 7 Хобарт, Австралия
- 8 Гвадалахара, Мексика
- 9 Москва, Россия
- 10 Турин, Италия

Источник: tripadvisor.com, Travelers' Choice Destinations 2012



С наступающим
Новым Годом!
Мы всегда рядом!

Страховая компания ERV

Ростурпомощь ждет взносов

Турпомощь постепенно обретает правовые очертания: 19 ноября объединение получило статус общероссийского. С 1 ноября все компании, оформляющие документы на право заниматься туроператорской деятельностью, должны оплачивать обязательные взносы в фонд Турпомощи. В связи с этим у объединения появился счет в ВТБ.

ТЕКСТ АННА БАСЫРОВА

Ранее планировалось, что объединение туроператоров по выездному туризму Турпомощь получит статус общероссийского до начала ноября, и уже в первых числах ноября будет организовано общее собрание туроператоров. Однако процесс присвоения статуса затянулся, поэтому собрание пришлось перенести. Как пояснил глава Турпомощи Эдуард Кузнецов, предположительно, оно состоится 7 декабря. Теперь для превращения Турпомощи в Ростурпомощь нужно снова обратиться в Минюст и внести соответствующие изменения в устав объединения.

Несмотря на затянувшуюся процедуру присвоения Турпомощи статуса общероссийской организации, с 1 ноября текущего года у объединения начали появляться первые члены. В соответствии с обновленным законом о туроператорской деятельности в РФ, это те компании, которые только начинают операторскую работу. Оплата взносов в фонд Турпомощи теперь является обязательным условием для внесения «новичков» в Единый реестр туроператоров. Специально для этой цели был открыт счет в банке ВТБ 24. По словам Эдуарда Кузнецова, пока таких компаний немного.

Необходимость оплачивать взносы с 1 ноября для новых туроператоров — своеобразная коллизия нового закона, — отмечают эксперты. Дело в том, что к этому сроку не было утверждено ни одного постановления правительства, касающегося деятельности объединения. Речь идет, в том числе, о требованиях к кредитным организациям, в которых будут храниться деньги фонда. Как пояснил Эдуард Кузнецов, ВТБ был выбран исключительно по критерию близости к зданию Ростуризма, где находится офис Турпомощи. При этом глава объединения открывал счет на собственные деньги: у объединения все еще нет финансирования на содержание штата. В противном случае, до начала мая 2013 года (к этому сроку членами Ростурпомощи должны стать все операторы по выездному туризму) не смогла бы образоваться ни одна новая туроператорская компания. К слову, уже существующие туроператоры пока не торопятся вступать в Турпомощь.

Проекты постановлений правительства, в числе которых проекты правил оказания экстренной помощи туристам, правил финансирования расходов на оказание экстренной помощи туристам, критериев отбора кредитных организаций, в которых будут размещены средства фонда, а также проекты изменений в правила

оказания услуг по реализации туристского продукта, были подготовлены Турпомощью и юристами Ростуризма еще в октябре. Однако процесс их принятия затянулся из-за правок, которые вносят в документы различные ведомства.

На состоявшемся 22 ноября заседании экспертного совета по законодательству в сфере туризма при комитете Госдумы по экономической деятельности и предпринимательству замглавы Ростуризма Евгений Писаревский отметил, что документы подвергаются излишней детализации. Например, некоторые ведомства предлагают обязать объединение оплачивать из средств фонда, в том числе питание и размещение, если туристы столкнулись с задержкой рейса. Однако эти траты не смогут быть компенсированы из суммы финансовой гарантии операторов, так как не предусмотрены договорами со страховыми компаниями. В процессе шлифовки правил участвуют не только госорганы, но и профессиональные объединения. Так, 9 октября на заседании в Совете Федерации представители Всероссийского союза страховщиков (ВСС) выразили желание участвовать в разработке документов. Месяцем позднее в СМИ появилась информация о том, что ВСС подготовил внутренние правила страхования ответственности туроператоров за неисполнение договоров об оказании туруслуг. Документ не был вынесен на обсуждение, поскольку находился на согласовании в ФСФР. На момент написания материала страховщики так и не обнародовали свои предложения.

С момента первого обнародования проекты постановлений правительства претерпели многочисленные изменения. Например, по инициативе страховщиков в пункте о предмете компенсации из фонда остались только перевозка и проживание. Формулировка «другие услуги» из этого пункта исчезла. В октябре эксперты также отмечали, что в правилах нет информации о том, в какой срок туристы смогут фактически получить помощь. В первом проекте указывалось, что решение о предоставлении помощи (либо об отказе в такой помощи) принимается в течение 24 часов. При этом любое решение оформляется специальным актом. Если турист отказался от помощи самостоятельно, то соответствующий акт должен подписать и он. Окончательный вариант правил оказания помощи туристам на момент написания материала опубликован не был.



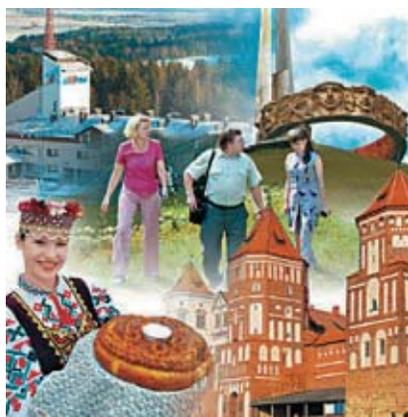
»»» Не нашла своего отражения в документах и норма о том, кто будет осуществлять надзор над деятельностью Ростурпомощи. Большинство присутствующих на заседании в Госдуме в октябре высказались за то, что этой функцией должен быть наделен Ростуризм. Роспотребнадзор, который в настоящий момент является надзорным органом в сфере предоставления туристических услуг, поддержал предложение участников.

Три источника, три части

Правительство России утвердило государственную программу «Развитие культуры и туризма. 2013–2020 годы». Планируется, что в 2020 году нашу страну посетят около 40 млн иностранных путешественников.

ТЕКСТ МИХАИЛ ШУГАЕВ

Программа призвана повысить конкурентоспособность туристско-рекреационного комплекса страны, увеличить внутренний и въездной турпоток, повысить качество туруслуг, а также улучшить образ России как туристического направления. Документ включает разделы «Наследие», «Искусство», «Туризм». В состав государственной программы интегрированы федеральные целевые программы «Культура России (2012–2018 годы)» и «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Планируется, что количество иностранных граждан, которые посетят Россию, увеличится с 27,5 млн человек в 2013 году до 38,7 млн к 2020 году. Уровень удовлетворенности российских граждан качеством туристских услуг вырастет с 72% в 2013 году до 90% в 2020 году. Кроме того, предполагается увеличить количество средств размещения, имеющих официальную классификацию, с 685 единиц в следующем году до 4 тысяч единиц к 2020 году. На первом этапе (2013–2015 годы) будут сформированы правовые, организационные и методи-



ческие условия, необходимые для эффективной реализации подпрограммы «Туризм», в том числе проведение работ по изучению и оценке туристского потенциала РФ, совершенствования нормативно-правовой базы в сфере сохранения и развития российской туристической индустрии. Второй этап (2016–2018 годы) ориентирован на

внедрение инноваций, обеспечивающих выход на современные стандарты качества туруслуг, будут осуществлены модернизация и развитие туристской инфраструктуры, созданы условия для развития туристско-рекреационных кластеров, активизирована интеграция России в мировой культурный процесс, укреплен позитивный образ страны за рубежом.

На третьем этапе (2019–2020 годы) продолжатся внедрение инноваций и модернизация сферы туризма, в полной мере будет проводиться мониторинг, контроль и оценка их эффективности, выявление и внедрение лучшего российского и зарубежного опыта управления в сфере туризма, регулярное информирование общественности и других заинтересованных сторон о ходе реализации государственной программы.

>>> На развитие туризма в рамках подпрограммы «Туризм» намерено направить 865 млн рублей, в том числе на развитие внутреннего туризма – 786 млн, на развитие международного туризма – 79 млн рублей. В следующем году планируется выделение 121 млн рублей, в 2014 году – 106 млн рублей. В последующий период до 2020 года включительно будет ежегодно выделяться по 106 млн рублей.

TOP-10

РЕЙТИНГ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДОВ РФ

- 1 Москва
- 2 Санкт-Петербург
- 3 Новосибирск
- 4 Екатеринбург
- 5 Ростов-на-Дону
- 6 Казань
- 7 Краснодар
- 8 Воронеж
- 9 Красноярск
- 10 Уфа

РОССИЙСКИЙ ТУРИЗМ ЗА 9 МЕСЯЦЕВ 2012 ГОДА

	ВЪЕЗД ЗАРУБЕЖНЫХ ГРАЖДАН, 9 МЕСЯЦЕВ 2011 ГОДА ○○○○○○○○○○	ВЪЕЗД ЗАРУБЕЖНЫХ ГРАЖДАН, 9 МЕСЯЦЕВ 2012 ГОДА ○○○○○○○○○○	ДИНАМИКА ○○○○○○○○○○	ВЫЕЗД РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН ЗА РУБЕЖ, 9 МЕСЯЦЕВ 2011 ГОДА ○○○○○○○○○○	ВЫЕЗД РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН ЗА РУБЕЖ, 9 МЕСЯЦЕВ 2012 ГОДА ○○○○○○○○○○	ДИНАМИКА ○○○○○○○○○○
Всего	19,155 млн	21,666 млн	+13%	34,010 млн	37,300 млн	+10%
Туризм	1,976 млн	2,174 млн	+10%	11,366 млн	12,008 млн	+6%
Служебная	4,126 млн	4,748 млн	+15%	1,067 млн	0,904 млн	-15%

Источник: Ростуризм

Источник: исследование Российского Союза Инженеров

МИТТ-2013 — СМЕЛЫЕ ОЖИДАНИЯ

«На юбилейной выставке будет много нового и интересного, — обещает директор «МИТТ/Путешествия и туризм» **ЕЛИЗАВЕТА НАЗАРЬЕВА**. Об этом она рассказывает в интервью журналу «ТБ».

Елизавета, что нового ожидает нас на выставке МИТТ в 2013 году? В марте следующего года выставка МИТТ будет отмечать свой юбилей — вот уже в 20-й раз в «Экспоцентре» в преддверии нового сезона соберутся основные игроки туристического рынка со всего мира. Тема года МИТТ-2013 — эксклюзивный туризм. Для обеспечения качественных встреч между поставщиками и заказчиками услуг создан одноименный раздел, в котором примут участие отели категории 5*+, круизные и яхтенные компании, первоклассные курорты, консьерж-службы, будут представлены транспортные услуги премиум-класса. На выставке снова доступны удобные сервисы для посетителей и участников. Уже сейчас на сайте www.mitt.ru можно получить бесплатный электронный билет, без билета вход на выставку будет платным. С этого года на МИТТ введен статус «постоянного посетителя» выставки: если вы планируете посещать выставку каждый год, то в дальнейшем вы сможете распечатывать билет без процедуры регистрации, используя свой логин и пароль.

Кто выступит партнерами и спонсорами юбилейной выставки? И кого мы впервые увидим на МИТТ-2013?

Страной-партнером МИТТ-2013 стала Куба. Примечательно, что эта страна участвует в МИТТ с 1994 года, с самой первой выставки. На стенде Кубы в павильоне «Форум» принимающие операторы, лучшие курорты и отели страны представят свои услуги участникам и гостям выставки, которых также ждет интересная программа специальных мероприятий. Третий год подряд спонсором МИТТ остается TUI. Одним из спонсоров выставки впервые стала компания «Виа Марис». Позже будут объявлены официальные авиакомпания и страховая компания выставки и остальные спонсоры.

В 20-й юбилейной выставке МИТТ впервые примет участие префектура Окинава (Япония), представляя свои острова отдельным стендом. Уникальный архипелаг пока малоизвестен на российском рынке, но на МИТТ-2013 он готов составить конкуренцию «раскрученным» островам и продемонстрировать уникальную по красоте природу, необычайное разнообразие подводного мира, исторические памятники и храмы. Впервые в МИТТ примет участие Национальный офис по туризму Уругвая. Он представит российским туристам столицу страны Монтевидео, лучшие пляжи и достопримечательности.

Каждый год МИТТ становится все более удобным для посещения. Какие разделы будут на предстоящей выставке?

На выставке будет презентован новый раздел «Эксклюзивный туризм», о котором я говорила выше. Набирает обороты «изюминка» МИТТ —



раздел «Медицинский туризм». На предстоящей выставке мы ожидаем более 200 участников из 45 стран. Это частные и государственные медицинские фонды, диагностические центры и клиники, реабилитационные центры, лечебные курорты, консультационные, сервисные и страховые компании, специализированные туроператоры, представители авиакомпаний — национальных перевозчиков, частных авиакомпаний и санитарный амбуланс. 95% участников раздела — иностранные компании и организации.

Развивается раздел «Отели и объекты размещения», традиционно расположенный в павильоне 8.3 «Россия». В прошлом году в разделе было представлено более 70 гостиничных сетей и отелей, санаториев, пансионатов, домов и баз отдыха.

Широкий спектр предложений по аренде апартаментов и вилл на зарубежных курортах, а также покупке недвижимости можно будет найти в разделе «Недвижимость на зарубежных курортах».

Новинки в области информационных технологий традиционно анонсируются в популярном разделе «Информационные технологии в туризме» в павильоне 1.

Из каких основных мероприятий будет состоять деловая программа МИТТ-2013?

Хочу обратить внимание специалистов на два очень важных мероприятия. 5-й Международный туристический бизнес-саммит — ключевое деловое мероприятие туристической отрасли, ежегодно собирающее руководителей турфирм, страховых, консалтинговых компаний, авиаперевозчиков, региональных и национальных администраций по туризму. Это уникальное событие, в рамках которого у делегатов есть возможность для общения с ведущими экспертами туристического рынка.

4-й Международный конгресс по медицинскому и оздоровительному туризму — место встречи крупнейших поставщиков медицинских и оздоровительных услуг со всего мира с представителями российского турбизнеса и врачами. Программа юбилейной выставки будет очень насыщенной.

Следите за новостями МИТТ на официальном сайте выставки www.mitt.ru.

ВЕСТНИК

ТУРИСТИЧЕСКИЙ

РОССИЯ

№3

Ежемесячный вестник Департамента туризма и региональной политики Министерства культуры РФ

В ФОКУСЕ

На повестке дня

В Государственной Думе состоялось первое заседание обновленного Экспертного совета по законодательству в сфере туризма. В нем принял участие Сергей Корнеев, директор Департамента туризма и региональной политики Минкультуры РФ. Он рассказал о двух поручениях, полученных от правительства и президента. Первое касается разработки системы мер по развитию детско-юношеского туризма. Второе предполагает создание единого информационного туристического пространства. Будут созданы единая система ориентирования по стране, туристический портал и туристско-информационные центры. «Туристско-информационные центры могут стать проявлением синергии культурно-исторических объектов и туризма», – подчеркнул Сергей Корнеев.



**СЕРГЕЙ
КОРНЕЕВ**

директор Департамента туризма
и региональной политики
Министерства культуры РФ

Коллеги, партнеры, друзья!

Примите самые теплые поздравления с Новым годом и светлым праздником Рождества Христова!

Уверен, что 2013 год принесет вам положительные результаты, значимые достижения, успех и процветание бизнесу, радость в личной жизни!

Пусть каждый день будущего года откроет вашей компании новые перспективы, а рядом всегда будут хорошие друзья и надежные партнеры. Желаю осуществления задуманного и новых интересных проектов, крепкого здоровья и исполнения желаний!



*С Новым годом
и Рождеством!*

ЗАКОН

Визовая «революция»

«Мы не можем быть удовлетворены тем количеством туристов, которые посещают Россию. У нас великая страна с уникальными природными особенностями и культурно-историческими традициями. В России есть все для того, чтобы стать одним из мировых лидеров в индустрии гостеприимства», – заявила заместитель министра культуры РФ Алла Манилова на первом большом пресс-брифинге, посвященном сфере туризма.

Для увеличения въездного турпотока Министерство культуры выступает с двумя интересными и революционными – по словам Аллы Маниловой – инициативами. Речь идет о введении безвизового режима сроком на 72 часа для всех иностранных транзитных туристов по аналогии с круизными и паромными пассажирами. Второй законопроект предусматривает введение безвизового режима на срок до 10 дней для туристов, прибывающих в Россию в качестве участников или зрителей на деловые, спортивные и культурные мероприятия. Эта идея может быть реализована уже в следующем году.

ХРОНИКА

Дни Якутии в Москве

2012 год в Республике Саха (Якутия) прошел под эгидой 380-летия вхождения в состав российского государства и 90-летия со дня образования республики. В честь юбилейной даты в столице состоялся ряд презентационных мероприятий.

За время проведения Дней Якутии в Москве республика заключила 17 соглашений с министерствами, ведомствами, крупнейшими компаниями России, которые направлены на развитие региона.

Центральным событием Дней Якутии стала презентация туристского потенциала республики, которая состоялась 23 ноября в Гостином дворе в рамках выставки-ярмарки «Саха-ЭКСПО».



КОНТАКТЫ:

Департамент туризма и региональной политики Министерства культуры РФ
Москва, Газетный переулок, д. 3, корп.7, стр.1.

Телефон приемной: 8-495-788-30-90
<http://www.mkrf.ru/>

Туристическая Москва: вид сверху

По итогам девяти месяцев 2012 года число прибытий иностранных граждан в столицу РФ превысило 4 млн человек — это на 17,3% больше, чем за аналогичный период 2011 года. Об итогах уходящего года и перспективах наступающего корреспондент «Турбизнеса» побеседовал с председателем Комитета правительства Москвы по туризму и гостиничному хозяйству **СЕРГЕЕМ ШПИЛЬКО**.



ТЕКСТ
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

Основные зарубежные рынки для индустрии гостеприимства Москвы — Германия, Китай, США, Франция, Италия, Турция. Отмечается быстрый рост турпотока из КНР (+43%): за последний год Китай переместился с четвертой строки рейтинга на второе. «Есть основания ожидать, что итоговый показатель текущего года для российской столицы может достичь уровня 5 млн прибытий. Это прогноз Мосгорстата, то есть независимого, не связанного с комитетом источника подсчета, — подчеркивает Сергей Шпилко. — При сохранении существующей динамики прироста турпотока к концу 2016 года можно прогнозировать увеличение числа международных прибытий в Москву до семи миллионов человек».

НОВОЕ ОТКРЫТИЕ МОСКВЫ

Одна из наиболее важных задач комитета на ближайшую перспективу — работа по созданию таких условий для туристов, которые они ожидают встретить в любом мегаполисе мира с развитой индустрией гостеприимства. В столице открылся первый Туристический информационный центр — в вестибюле Музея Отечественной войны 1812 года, в шаге от Красной площади. В следующем году должны появиться еще четыре ТИЦа — в аэропортах и на железнодорожных вокзалах. Мультиязычной станет система городской туристской навигации: от указателей в метро до пилонов с картами на транспортных узлах. Нарастают мощности городского туристского call-центра, уже сейчас операторы общаются с туристами на пяти языках. Городской туристский портал travel2moscow.com предоставляет информацию на английском и немецком, в следующем году к ним добавится китайский язык.

Среди новых идей комитета — создание «города в городе», что даст возможность туристам отправиться,

например, в крупный городской парк не на пару часов, а на выходные и провести там весь уикенд с ночевкой. «Сверхзадача — совершить новое географическое открытие Москвы на туристской карте мира и самой России, ввести поездки в Москву в моду», — говорит Сергей Шпилко.

ТУРИСТАМ ПОНРАВИТСЯ

Что еще будет происходить в Москве в 2013 году? Будут расширяться пешеходные зоны. В конце ноября на заседании Координационного совета по туризму при правительстве Москвы главный архитектор столицы Сергей Кузнецов заявил, что вся зона внутри Бульварного кольца Москвы может быть пешеходной, причем не за счет вытеснения машин, а путем расширения возможностей для пешеходов. Власти будут поощрять максимальное перепрофилирование первых этажей зданий в центре в кафе, рестораны, магазины, убирая из них офисы, которые уничтожают жизненное пространство человека. Если говорить о самом модном направлении туризма — событийном, то стоит отметить, что уже в третий раз 23–25 июня 2013 года на территории музея-заповедника «Коломенское» Москомтуризм проведет фестиваль исторических реконструкций «Времена и эпохи». Москва претендует на то, чтобы стать центром и лидером в этой нише на туристском рынке. Фестиваль 2013 года посвящен событиям XIII–XIV веков, когда Русь воевала с европейскими рыцарскими орденами и татаро-монгольской ордой. Ожидается более 2500 участников-реконструкторов.

МОСКВА ПОСЛЕ WTM

Показательны результаты работы обновленного стенда Москвы на последней лондонской выставке WTM — она

»» В 2013 году в Москве планируется ввести в эксплуатацию четыре гостиницы на 925 номеров — Kempinski Hotel Nikolskaya, Москва Four Seasons, DoubleTree by Hilton Moscow Vnukovo Airport, Ramada.

задает ритм работы крупнейшим мировым туроператорам. То, что интерес к столице России растет, видно из перечня британских СМИ, которые провели интервью на стенде с московскими туристическими властями — AVTA Magazine, Travel Daily, Wanderlust, The Daily Telegraph, Selling Long Haul and Short Breaks.

«Активизация комитетом рекламы Москвы на международных туристских рынках находит свое отражение в маркетинговых планах зарубежных компаний, — рассказывает Сергей Шпилько. — В частности, зимой 2013 года будет запущен новый рейс Лондон — Москва. Основной особенностью, и как мы считаем, преимуществом новой услуги для пассажиров станет выход на эту линию крупнейшего мирового авиадискаунтера easyJet». Компания планирует выполнять 14 рейсов в неделю на самолете A320 в одноклассной компоновке. В перспективных планах перевозчика — открытие воздушных линий в пять российских городов, в том числе из Эдинбурга и Манчестера. Цена билета составит немногим более 6 тысяч рублей — сейчас минимальные тарифы начинаются от 11 тысяч рублей. По мнению большинства экспертов, это приведет к общему снижению стоимости перевозки на данном направлении.

ЛОКОМОТИВЫ ТУРИНДУСТРИИ

Есть видимый прогресс на «земле». За прошедшие два года комитет реализовал несколько совместных проектов с крупнейшими мировыми туристическими

брендами. В первую очередь речь идет о компании TUI, с которой комитет активно работал в 2011 году. По результатам сотрудничества, которое включало проведение ознакомительных туров для зарубежных агентов этого крупнейшего оператора, организацию в Москве деловых мероприятий — TUI стала основным партнером проведения Московского международного туристского форума — компания объявила о расширении рынка продаж Москвы как направления и стала предлагать туры в наш город для региональных российских агентов.

Со вторым по величине оператором — Thomas Cook — также есть результативный опыт сотрудничества. В 2012 году комитет в ознакомительных турах принял несколько десятков руководителей зарубежных офисов этого оператора. Дальнейшие перспективы сотрудничества стали предметом обсуждения на прошедшей лондонской выставке. На переговорах присутствовали топ-менеджеры компаний, представляющих Канаду, Германию, Великобританию.

Основное содержание будущих проектов — масштабная реклама Москвы непосредственно в зарубежных агентствах. Например, в Германии число таких агентств составляет более 11 тысяч. Реклама Москвы на лицевой обложке каталога Thomas Cook, в витринах агентств, демонстрация роликов покупателям туров и другие виды рекламной поддержки туров в Москву в местах продажи станет весьма эффективным инструментом генерации дополнительных туристских потоков в Москву.

МОСКВА—ЛОНДОН

>>> В первом полугодии 2012 года количество граждан Великобритании, посетивших Москву, составило 53,7 тысячи человек, превысив показатель аналогичного периода 2011 года на 5,7%. Сегодня на маршруте Лондон — Москва работают пять авиакомпаний — «Аэрофлот», «Россия» (по код-шерингу с «Аэрофлотом») и «Трансаэро» с российской стороны, British Airways и Virgin Atlantic (по код-шерингу с «Трансаэро») — с британской.

ПРИГЛАШЕНИЕ

ПРИГЛАШЕНИЕ
Moscow International M.I.C.E. Forum
 Московская Международная Выставка Делового и Инcentив Туризма
18 марта 2013
 Москва, Тишинская пл., 1, ТВР «Тишинка»
 Участники M.I.C.E. Forum:
 Зарубежные и российские туристические агентства и туроператоры
 Курорты и отели + Круизные компании + Авиалинии + Деловая авиация
 Конгресс-конференц- и бизнес-центры + DMC + СПА курорты
 Гольф-курорты + Специалисты в выставочном бизнесе

International M.I.C.E. Forum
MOSCOW

Телефон организатора:
+7 (495) 926-96-95

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

Звезды официальные и не очень

В России получение отелем официальных звезд является делом добровольным: с 2003 года сертификаты звездности получили лишь около 400 гостиниц. Это подчас и вызывает появление «самопровозглашенных» звезд у гостиниц, не отвечающих стандартам соответствующего уровня комфорта. Об этом — отзывы петербургских экспертов гостиничной индустрии в рубрике «Редакционная почта».



**ЛИЛИЯ
БИТКУЛОВА**



**АЛЕКСАНДР
ЖУКОВ**

ЛИЛИЯ БИТКУЛОВА, генеральный директор ООО «Центр классификации», эксперт государственной системы классификации объектов туристической индустрии «Звездность» отелей в нашей стране регламентируется приказом N35 Министерства спорта и туризма от 25 января 2011 года: в нем подробно описан порядок классификации объектов гостиничной и туристической инфраструктуры. А в Законе «Об основах туристской деятельности в РФ» (в частности, в ст. 5) говорится, что «классификация объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, осуществляется аккредитованными организациями в порядке, установленном федеральным органом исполнительной власти». Фактически эту работу выполняют организации, аккредитованные региональными властями, но обязательным условием является наличие эксперта, имеющего практический опыт работы в данной сфере не менее трех лет. В Северо-Западном регионе, насколько мне известно, таких экспертов только четверо.

Понятия добровольности классификации в законе нет. В ст. 4 говорится, что классификация — форма государственного регулирования, там нет ни слова «добровольное», ни слова «обязательное». Но закон на то и закон, чтобы его исполнение было обязательным. Вместе с тем фактически классификация российских отелей пока носит добровольный характер — за исключением Сочи. Если у местных отелей есть желание иметь документы, подтверждающие уровень «звездности», без прохождения процедуры классификации не обойтись.

Известны случаи, когда объекты размещения самовольно присваивают себе тот или иной уровень «звездности». Ко мне уже несколько раз обращались представители систем электронного бронирования, которые получали жалобы от клиентов по поводу несоответствия уровня услуг в тех или иных отелях заявленному. Они спрашивают, чем отличаются гостиницы, имеющие официальные и неофициальные звезды? Ответ очевиден: «звездность» первых подтверждена государственными экспертами, а уровень вторых определяется самими хозяевами.

Проблема в том, что у российских отелей сейчас нет стимула проходить классификацию. Она обхо-

дится не так и дорого, но требует определенных усилий — а никаких реально ощутимых благ, кроме официальной статусности, не дает. В результате на сегодняшний день в Петербурге по новым стандартам классифицировано только два гостиничных объекта. Однако эта работа только начинается.

АЛЕКСАНДР ЖУКОВ, владелец отелей в Санкт-Петербурге Все довольно просто — никакого другого инструмента для потребителя, с помощью которого он мог бы оценить степень комфорта отеля, фактически нет. В конечном итоге именно «звездность» дает клиенту информацию о том, чего следует ожидать. И хотя египетские 4* совсем не те, что немецкие 4*, все равно другого пути, кроме как классификация отелей, нет. К тому же надо понимать, что в нашем деле существуют всего две рыночные стратегии — заявить больше, но дать меньше, или наоборот. Чем торгует сфера гостеприимства и отель в частности? Вовсе не кроватями, ванными комнатами, террасами или интерьерами в целом. По большому счету, отель продает свой имидж. Для гостиниц главное — доверие клиентов. Поэтому если тебе клиент доверяет, то «звездность» принципиального значения уже не имеет. Просто потому, что тебя, твой «товар» потребитель уже довольно хорошо знает.

А вот для потенциальных гостей, которые еще не знакомы с уровнем комфорта в гостинице, наличие звезд означает своего рода гарантию получения того или иного набора услуг. И оступиться в нашем деле очень легко, а вот заработать доверие клиента трудно. Поэтому, на мой взгляд, надо всегда стараться давать гостям что-то сверх того, за что они заплатили. Только в этом случае удастся заработать (именно заработать, а не получить) имидж отеля, полностью соответствующий заявленной категории.

А дальше все просто: один клиент, уже побывавший в отеле, сообщил другому. Тот — следующему... Сарфанное радио, как известно, — лучшая рекомендация. И если интернет, к примеру, полон мнений, что этот отель хорош — у него есть доверие гостей, подтверждающее его «звездность». А доверие со стороны клиентов (за исключением тех редких случаев, когда клиент вечно чем-то недоволен) — это и есть лучшее подтверждение «звездности».

Новые приключения перевозчиков в России

Злободневная для России проблема существования и развития бизнеса авиакомпаний-лоукостеров была проанализирована в материале, опубликованном в ноябрьском выпуске журнала «Турбизнес». Пока, как говорится, номер был на пути к читателю, тема получила продолжение, и редакционную почту пополнил свежий комментарий авторитетного эксперта. «Разговоры разговорами, а до серьезных дел вряд ли дойдет», — считает генеральный директор компании «Болеро Тур» **АРАМ АНТОНЯН**.



ЭМОЦИОНАЛЬНО О ПРАКТИКЕ

Иногда специалисты задаются вопросами. В чем основные причины неудач первых российских авиадискаунтеров «Скай Экспресс» и «Авианова»? Смогли бы эти авиакомпании выжить на рынке, если бы они открыли свой бизнес сегодня? Но про ушедших, как известно, говорим или хорошо, или ничего. По всей вероятности, надо было работать честно и чисто. Мне кажется, эти компании были созданы немного для других целей. Они свою миссию выполнили и удачно были закрыты. В последнее время все чаще приходится слышать о новых проектах по созданию лоукост-перевозчиков в нашей стране. Честно говоря, я слабо верю в то, что в наших условиях без господдержки у них что-то получится. Клиент давно готов к этому «нашествию». Но, по-моему, кроме покупателя никто к нему больше не готов, да особо и не стремится к этому. Разговоры разговорами, а до серьезных дел вряд ли дойдет.

Создание дочерних предприятий-дискаунтеров авиакомпаниями «Аэрофлот» и «Трансаэро»? Скажу по Станиславскому — не верю! Что касается прихода в нашу страну easyJet и Ryanair, то, по-моему, у них приступ мазохизма. Пусть попробуют — мало не покажется.

Турбизнес, безусловно, заинтересован в появлении на рынке авиадискаунтеров. Это, по всей вероятности, даст возможность снизить цены на турпродукт. Тем самым и себе сделать хорошо, и на первое время практически спасти лоукостеров от молниеносного банкротства.

Крупные операторы, конечно, найдут пути сотрудничества с лоукостерами. У нас есть несколько крупных туроператоров, которые любое хорошее начинание так испоганят, что в очень короткое время эти же бюджетные авиакомпании превратятся в абсолютно обычных

перевозчиков с вполне высокими ценами на билеты и с абсолютным отсутствием сервиса на борту.

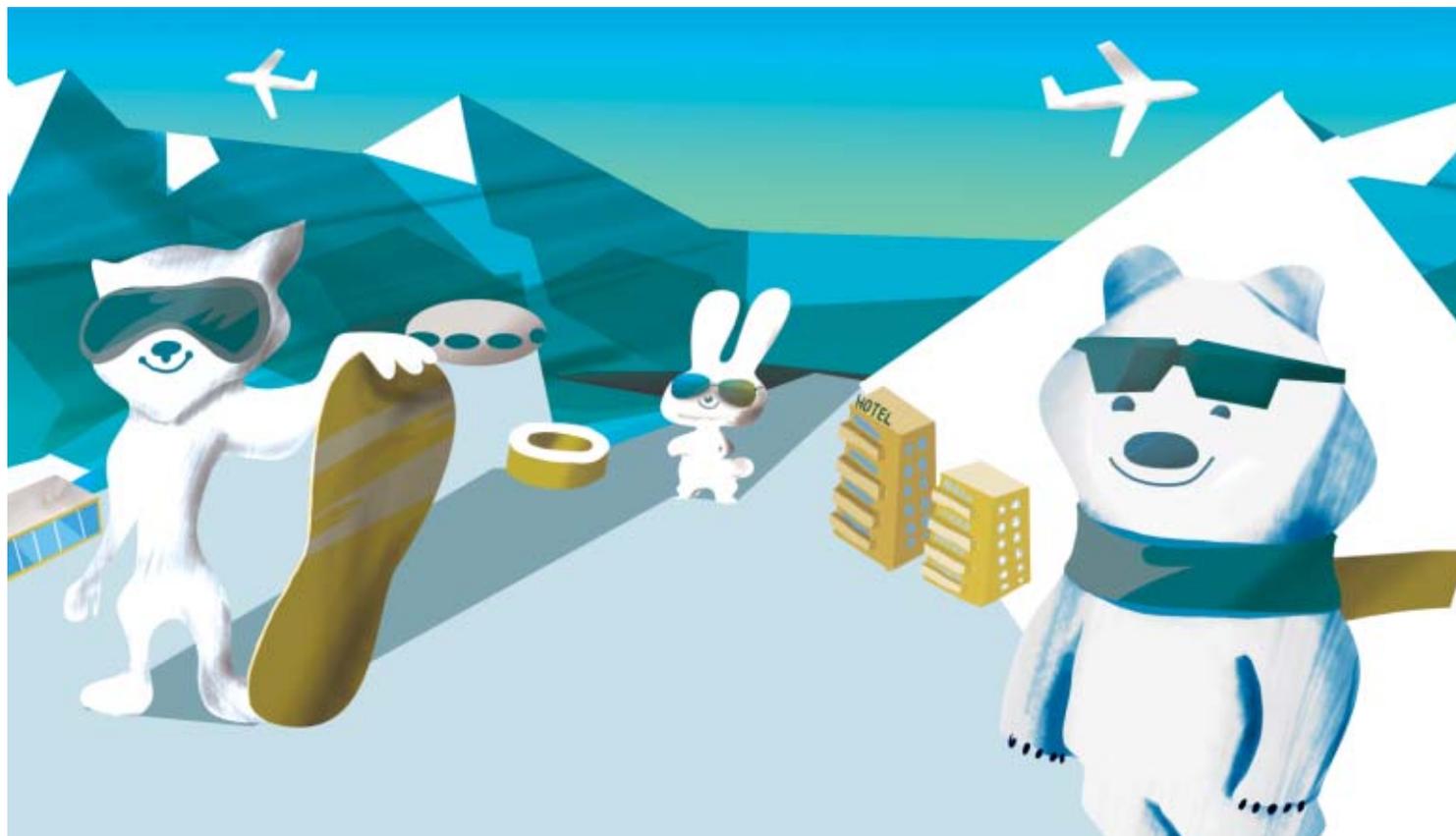
Если рынок лоукостеров ограничится только внутрироссийскими направлениями, то авиакомпаниям придется самим думать о продажах. А если они захотят выйти на топовые направления, типа Анталы или Ларнаки... Что ж, будет очень интересно, а местами и весело. Посмотрим на новые приключения иностранцев в России.

О теории и практике



«Туриндустрия РФ нуждается в развитии низкобюджетных авиaperевозок», — заявил руководитель Ростуризма Александр Радков, выступая на международной туристической выставке CITM-2012 в Шанхае. «Нужно решать вопросы авиасообщения. Речь

идет о бюджетных перевозках внутри РФ. Нам не хватает бюджетной перевозки и межрегионального авиасообщения. Не секрет, что часто, чтобы из одного региона добраться в соседний, нужно лететь через Москву. Поэтому правительство вплотную занимается этим вопросом. Сейчас обсуждается возможность обнуления НДС на внутренние авиаперевозки», — отметил Александр Радков. По словам руководителя Ростуризма, государство будет предпринимать необходимые меры для того, чтобы стимулировать бюджетные перевозки: «Но здесь необходим комплексный подход. Помимо самих авиакомпаний необходимо развивать и транспортную инфраструктуру — узлы, аэропорты, которые будут обслуживать самолеты. Нужно быть экономичными в эксплуатации таких перевозок».



Туроператоры готовы, но старт откладывается

Зимняя Олимпиада в Сочи для туроператоров станет очередным испытанием на прочность. Игроки рынка замерли в ожидании – вроде все уже должно продаваться, а активности пока нет. Клиенты ждут предложений, операторы ждут цен, отельеры ждут сигнала. Когда же он прозвучит, этот долгожданный свисток? Корреспондент «ТБ» попытался выяснить у московских туроператоров, почему сейчас не так просто купить тур на Олимпиаду-2014.

ТЕКСТ ЛЮДМИЛА ТИТОВА

ПОЧЕМУ СТОИМ, КОГО ЖДЕМ

«Сейчас некоторые отели, которые находятся в зоне проведения Олимпиады, вообще заявили, что будут обслуживать исключительно делегации, и закрыты для продажи. Особенно трудно будет забронировать места в горном кластере олимпийской зоны. В равнинном кластере больше возможностей размещения, так как можно проживать в Сочи и близлежащих районах, где больше отелей», — рассказывает генеральный директор компании «Дельфин» Сергей Ромашкин. Сейчас можно забронировать номер только в тех отелях, которые не связаны обязательствами с МОК, —

отмечают операторы. Это либо маленькие частные гостиницы, либо объекты, которые находятся далеко от зоны проведения игр. Но и они не спешат выставлять цены — хотя посмотреть, как поведут себя крупные отельеры, чтобы не прогадать или, наоборот, не слишком завысить стоимость номеров.

«Поступает много заказов от иностранных клиентов, но пока мы не можем им предложить что-то конкретное, ждем цен. Не все отели, которые операторы хотят продавать, открылись. А иностранцев больше интересуют новые гостиницы», — сообщает заместитель директора департамента Сочи компании Astravel Светлана Коняшкина.

»» Из 42 тысяч заявленных властями Краснодарского края номеров реально готовы меньше половины.

Операторы считают, что цены сознательно заблокированы до определенного момента. «Такая практика не нова, опыт проведения Олимпийских игр в других странах показал, что и там блокируют цены, но все-таки не на 100%, как у нас, а оставляют хотя бы 20% емкостей для продаж. И бронирование начинается намного раньше, — говорит директор спортивных программ компании «Роза ветров» Леонид Мосин. — На Олимпиаду в Лондоне или Ванкувере можно было забронировать отель почти за два года. У нас все непонятно. Потенциальные клиенты готовы покупать, а предложить нам пока нечего».

В ноябре 2012 года появилась информация о том, что отели начали продавать номера на период проведения Олимпиады. Озвучивался даже телефон службы бронирования, по которому якобы можно было сделать заказ. Многие пытались воспользоваться этой услугой, но телефон не работал.

«Ходит много слухов о том, что начались официальные продажи. Но у нас нет никаких данных на этот счет. Видимо, так отдельные сети активно продвигают свой бренд. Это делается для повышения узнаваемости в постолимпийский период», — считает руководитель пресс-службы компании UTS Travel Владимир Демин.

ТОЛЬКО ПОД ЗАПРОС

Большинство операторов по Краснодарскому краю не планируют брать квоты в отелях, а будут работать под запрос. Они считают, что лучше не рисковать, чем потом нести большие потери.

«У многих туроператоров нет опыта бронирования на год вперед, — говорит Сергей Ромашкин. — Кто знает, какие финансовые изменения могут произойти в стране через полгода? Мы тоже не будем брать квоты и делать из Олимпиады бизнес-проект. Особого

желания ввязываться в это предприятие у нас нет». По мнению операторов, активность россиян будет невысока. На Олимпиаде больше заработают компании, которые занимаются приемом иностранцев. Основная масса наших соотечественников отправится на Олимпиаду самостоятельно. «На наш взгляд, процент самостоятельных туристов на Олимпиаде в Сочи будет значительно выше, чем тех, кто воспользуется услугами турфирм, — считает Владимир Демин. — Многие туристы из европейской части России смогут приехать на один день. Спросом будут пользоваться те дисциплины, в которых российская сборная традиционно сильна — хоккей, фигурное катание, биатлон». Многие гости планируют посетить только открытие или закрытие Олимпиады и «обернуться» за один день, сэкономяв на проживании.

ВЫШЛИ НА СТАРТ

«Мы сами лишаем себя возможности заработать на Олимпиаде в Сочи. Чем дольше будут удерживаться цены, тем больше мы потеряем. Сейчас клиенты, как российские так и иностранные, готовы покупать номера по высоким ценам — запросы поступают. А потом, как показывает опыт проведения других Олимпиад, цены упадут, и отельеры не смогут продать номера даже по себестоимости. Так случилось на летней Олимпиаде в Лондоне в 2012 году», — говорит Леонид Мосин.

Эксперт также отметил, что в происходящем на сегодняшний день нет никакой «олимпийской логистики» — наблюдается информационный вакуум. Какими будут цены, когда начнутся продажи, каким будет спрос — можно только гадать.

«Мне кажется, что раньше лета цены не появятся, — отмечает Сергей Ромашкин. — Основная масса решений будет производиться именно летом. Отельеры побоятся выставлять цены раньше, чтобы не оказаться в убытке».

>>> Операторы отмечают, что, несмотря на масштабность события, раннее бронирование туров на зимнюю Олимпиаду в Сочи вряд ли будет активным. Отельеры не готовы выставлять цены, они ждут сведений от Международного Олимпийского комитета о количестве зарубежных делегаций. Только после этого можно будет определить количество мест для туристов и начать их продавать.



Mitt

Весь мир. Одна выставка.

20-я Московская международная выставка
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

20–23 марта 2013

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»



Страна-партнер:



Получите бесплатный билет на выставку на сайте:

www.mitt.ru

Организатор:



С Новым Годом! Желаем счастья в Новом Году!

Красная Поляна выглядит »»»
как улица из гостиниц.



От количества к качеству

По количеству объектов размещения и объемам номерного фонда Краснодарскому краю в России нет равных. В ближайшее время лидерство региона только упрочится, причем акцент будет сделан на вводе в строй новых больших гостиниц.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

»»» Власти Краснодарского края намерены довести процесс классификации объектов размещения до логического конца: гостиницы, не прошедшие процедуру, будут закрыты. У отельеров есть и стимул: без наличия звезд отели к размещению участников и гостей Олимпийских и Паралимпийских игр 2014 года допускаться не будут. Из тех, кто уже получил звезды, 82 объекта вошли в заветный список.

По числу объектов размещения и их структуре Краснодарский край — настоящий передовик. По данным краевой администрации, летом 2012 года отдыхающих здесь принимали 1,73 тысячи санаторно-курортных и гостиничных предприятий.

Структура предложений: в Краснодарском крае действуют 189 санаториев и пансионатов с лечением, 107 пансионатов и домов отдыха без лечения, 187 детских лагерей, 360 баз отдыха, 3 бальнеолечебницы и 884 гостиничных и других средств размещения. Кроме того, в регионе насчитывается свыше 17 тысяч мини-гостиниц, для любителей экономичного отдыха оборудовано 139 кемпингов и специализированных автостоянок. Но и это не все: в статистику не попадают объекты, имеющие менее пяти номеров. А таких, по экспертным оценкам, здесь еще до пяти тысяч. В целом количество мест размещения для гостей края оценивается более чем в 500 тысяч.

СЕРТИФИКАЦИЯ СО СКРИПОМ

Большое число объектов размещения предполагает и широкие возможности выбора: в Краснодарском крае можно найти и шикарные номера в престижных оте-

лях, и простенькие, без затей, в частном секторе. Проблема только одна: с прицелом на проведение зимней Олимпиады 2014 года местные власти несколько лет назад объявили о тотальной сертификации объектов размещения для создания звездной классификации. Ранее она была добровольной, затем стала обязательной. И хотя процедура не слишком длинна (обычно занимает около двух недель), желающих получить официальные звезды поначалу было совсем мало. К декабрю 2011 года, например, лишь около 120 объектов размещения края (из них 110 — в Сочи) прошли классификацию. Сейчас ситуация лучше: из 500 гостиниц Сочи, которые ее должны пройти, более половины это уже сделали. При этом категорию 5 звезд получили шесть объектов, 4 звезды — 10, 3 звезды — 52, 2 звезды — 56, 1 звезду — 39 объектов, еще 92 объекта признаны мини-отелями. Властям пришлось пойти на введение дополнительной категории — гостевой дом. К таким объектам, в частности, относят те, где нет «удобств» в номере (по правилам, они не могут получить звезды). Владельцам гостиниц или гостевых домов для участия в программе бронирования нужно вступить в общественную организацию «Некоммерческое партнерство Большой Сочи». Единое бюро бронирования, которое объединит в себе потенциал около 500 различных гости-

ниц, мини-отелей и частных домов, заработает совсем скоро: после проверки комиссией Олимпийского комитета их предложения появятся на специальном сайте.

ГИГАНТЫ И СУПЕРГИГАНТЫ

Практически на всех курортах региона ведутся масштабные реконструкции санаториев и строительство новых гостиниц. Причем не только в олимпийском Сочи (включая Адлер и Красную Поляну). В Анапе, например, количество мест размещения для туристов собираются увеличить до 162 тысяч.

Какие новые объекты размещения в ближайшее время появятся или только что открыты в крае? Начнем с Краснодара. По данным GVA Sawyer, к концу лета 2012 года в краевоом центре действовали 96 средств размещения с общим номерным фондом 3347 номеров (из них 57% — категорий 3–5 звезд). Сертификацию прошли 23 отеля, а также 3 мини-отеля с общим номерным фондом в 925 номеров. Из новинок стоит отметить завершение реконструкции гостиницы «Интурист»: сейчас она располагает 244 номерами, предлагает гостям несколько конференц-залов и ресторанов.

К концу года в Краснодаре введут в эксплуатацию гостиницы Hilton Garden Inn Krasnodar (4*) и «Пангра» (3*), в результате чего общий номерной фонд города к началу 2013 года превысит 3,6 тысячи номеров. В 2013 году в Краснодаре также должны сдать в эксплуатацию гостинично-ресторанный комплекс Dream City (пока работает только ресторан), а всего в городе на разной стадии строительства находятся 9 гостиничных объектов.

Наиболее масштабное строительство объектов размещения, конечно, ведется в Большом Сочи. В частности, на территории 36 га в Имеретинской низменности строится самый большой гостиничный комплекс города: в нем должны появиться 3,6 тысячи номеров уровня 3–4 звезды. В комплексе будут рестораны, кинотеатр, аквапарк, тренажерный и конференц-залы, зона спа и бассейны. Активность в регионе проявляет один из крупнейших мировых гостиничных операторов — Rezidor Hotel Group: здесь строятся и уже открыты несколько отелей под его брендами. Для консолидации их работы в Сочи назначен директор Rezidor по региону — им стал Томас Хагеманн, одновременно возглавляющий и новый большой Radisson Blu Resort & Congress Hotel (5*). Он открыт в октябре и расположен в двух шагах от олимпийских объектов. Комплекс включает 508 номеров четырех категорий (включая 3 президентских сьюта площадью 140 квадратных метров), рестораны, комнаты для переговоров и большую зону спа. Основная изюминка — самый крупный в регионе конгресс-зал «Премьер», способный вместить до 1,3 тысячи человек.

В конце года в Красной Поляне Rezidor откроет Radisson Rosa Khutor (5*), располагающий 181 номером, спа- и фитнес-центрами, а также более чем десятком переговорных комнат и залов для встреч, самый большой из которых способен вместить (в формате «театр») почти 400 человек. Напротив разместилась гостиница попроще — Park Inn (3*), предназначенная для любителей горных лыж и отдыха в горах. К услугам гостей — 211 номеров (включая 8 семейных), 12 комнат для переговоров, фитнес-зона, современные ресторан и лобби-бар, специальные помещения для хранения лыж и сноубордов.

Есть в Красной Поляне, которая кое-где сейчас выглядит уже как улица из отелей, и принципиальные новички. В частности, именно здесь международная сеть Golden Tulip Hotels Suites&Resorts впервые в России открыла Tulip Inn Rosa Khutor Hotel (3*). В нем 148 комфортабельных номеров, ресторан, конференц- и фитнес-центры, комната для хранения лыж. Гостиница уже действует и доступна для бронирования. В соседнем здании этот же оператор намерен открыть отель уровня 5 звезд Golden Tulip — в настоящее время идет его отделка и оснащение оборудованием.

Проект 27-этажной башни Hyatt Regency Sochi общей площадью в 68 тысяч квадратных метров разработан архитектурным бюро RMJM и дизайнерской компанией Valode&Pistre: этажи с первого по 15-й займет отель, а остальные — жилые апартаменты. Кроме номеров, в здании разместят рестораны, бары, танцевальный и конференц-залы, спа-кабинеты. Рядом сделают плавательный бассейн под открытым небом и парковку на 162 места с автомойкой. Кроме того, у отеля будет собственный понтонный пляж в море.

В июне 2013 года «Главстрой» (входит в «Базовый Элемент» Олега Дерипаски) завершит строительство гостиницы в Сочи, которая войдет в состав комплекса зданий и сооружений для размещения членов Олимпийской Семьи и Международного Паралимпийского комитета. Она рассчитана на 196 номеров (в том числе 14 номеров «люкс» и один президентский), а комплекс предусматривает размещение современного многозального конференц-центра общей площадью около тысячи квадратных метров, двух бассейнов, ресторанов и баров, спа-центра. После Олимпиады гостиница продолжит работать как отель категории 4 звезды и станет частью всесезонного курортного комплекса «Сочное».

ПРИГЛАШАЮТ ИНВЕСТОРОВ

Новинки объектов размещения появятся и вне Сочи. На XI Международном инвестиционном форуме «Сочи-2012» Краснодарский край представил около 1,8 тысячи предложений, часть из которых относится к сфере туризма. В частности, участникам форума предложен проект строительства в Белореченском районе Краснодарско-



>>> Знаковый проект — строительство в центре Сочи 27-этажного комплекса, объединяющего ультрасовременную гостиницу Hyatt Regency (5*) и апартаменты премиум-класса Karat. Завершение работ запланировано на конец 2013 года.

>>> Одним из самых масштабных является проект создания в районе станции Натухаевская Анапского района гольф-курорта «Виноградная долина». Он включает гольф-клуб, коттеджный поселок, гостиничный комплекс, конно-спортивный и спа-центры, а также ряд других объектов. Стоимость соответствующая — свыше 11,5 млрд рублей.

»» Наиболее крупные проекты строительства на побережье Черного моря – 12 марин для 3,55 тысячи частных яхт, а также ряда торгово-развлекательных комплексов в разных районах. В Туапсинском районе, например, может появиться новый горноклиматический курорт «Гора Семиглавая»: комплекс способен принимать до 12 тысяч человек одновременно.

го края бальнеологического комплекса стоимостью 300 млн рублей. На территории этого объекта будут построены бальнеолечебница и гостиница, лечебно-диагностический корпус, ресторан, столовая диетического питания, бассейн с минеральной водой, тренажерные залы и водогрязелечебница. Посетителям предоставят широкий спектр оздоровительных услуг на основе использования минеральных вод и целебных грязей.

Другой проект – его стоимость оценивают в 145 млн рублей – строительство базы отдыха в хуторе Пригибский Калининского района. Он предусматривает появление комплекса гостинично-развлекательных, туристических и оздоровительных услуг, а саму базу отдыха предполагается построить с использованием оригинального ландшафтного дизайна.

Возможно, самым крупным проектом стала идея строительства на берегу Азовского моря, в поселке Кучугур, молодежного оздоровительного центра на 10 тысяч мест. По словам главы Темрюкского района Краснодарского края Ивана Василевского, одна из компаний готовится к реализации проекта, стоимость которого оценивается в 6 млрд рублей. «У нас есть огромный потенциал в виде природных условий (в частности, только грязевых вулканов – 26), и если удастся решить объективные инфраструктурные проблемы, в районе появится еще немало новых туристических объектов», – констатирует он.

Есть предложения и в других районах края. Например, Геленджик представил масштабный проект строительства на Тонком Мысу гостиничного комплекса «Жемчужный» (4*, 400 номеров, стоимость –

1,4 млрд рублей), в состав которого, кроме отеля, должны войти рестораны, бизнес-центр с конференц-залом, спортивно-оздоровительный комплекс, спа- и развлекательный центр, многоуровневый крытый паркинг.

В Мостовском районе края, на хуторе Кизинка, тоже предлагается реализовать проект создания туристического комплекса: здесь интерес туристов должны вызвать не столько услуги объекта размещения, сколько само место. Рядом расположено крупнейшее в Европе скопление древнейших мегалитических сооружений – дольменов (их там более пятисот), а вокруг хутора есть несколько городищ с остатками оборонительных стен и россыпями древней керамики. В этот туркомплекс должны войти гостиничный корпус на 200 мест, 20 домиков для отдыха (на 3–4 человека каждый), столовая на 100 мест, бассейн, баня, спортивные и игровые площадки. Стоимость проекта – около 150 млн рублей.

**VIII МЕЖДУНАРОДНАЯ
ТУРИСТСКАЯ ВЫСТАВКА**

ИНТУРМАРКЕТ

2013 16-19 марта
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

*Дорогие наши коллеги
и любимые участники!
От всей души поздравляю вас
с наступающим Новым Годом
и светлым праздником Рождества!
Пусть наступающий год будет
щедрым на радость
и благополучие, дружите
с удачей и не теряйте дух
первооткрывателей!
До встречи на выставке!*

Ольга Хоточкина
Директор выставки

- Официальная государственная поддержка
- 1300 участников из более, чем 140 стран и регионов мира
- 75 000 посетителей
- Насыщенная деловая программа
- Выставочная площадка № 1 в России
- Онлайн - регистрация

Организатор выставки

экспотур
www.itmexpo.ru

Чем привлечь, как развлечь

Несмотря на усилия региональных властей, турпоток в Краснодарский край если и растет, то очень медленно. По данным краевого туристического ведомства, в 2008 году Краснодарский край посетили около 17 млн туристов. В 2012 году возросший на 5% по сравнению с 2011 годом турпоток должен составить лишь 11,7 млн человек.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

«Краснодарский край способен предложить самый разнообразный отдых как на море, так и в горах, — говорит Сергей Крутько, первый заместитель министра курортов и туризма Краснодарского края. — За последнее время его туристическая инфраструктура во многом изменилась к лучшему. Однако порой негатив превалирует — в этом году из-за событий в Крымске и край в целом, и Геленджик, например, недосчитались массы туристов».

«Основной проблемой туризма Краснодарского края остаются высокие цены на транспорт, доставляющий клиентов в регион, — считает генеральный директор компании «Русский экспресс» (Сочи) Елена Ежелева. — Если в разгар сезона авиабилет в Сочи из Петербурга (в оба конца) стоит около 14 тысяч рублей, то очевидно, что часть «наших» туристов выберет отдых за рубежом. По общей стоимости турпакета, в котором значительную часть составляет цена перевозки, мы нередко проигрываем за границе».

«Уверен, что дело не только в цене перевозки, — говорит Виктор Тивин, генеральный директор сочинской туристической компании «Сфера». — Большое значение имеют и такие факторы, как соотношение цены и качества услуг, в первую очередь в объектах размещения, а также уровень профессиональной подготовки персонала во всех сферах, занятых обслуживанием отдыхающих».

«Цены на размещение отдыхающих в Краснодарском крае очень разные, — продолжает Елена Ежелева. — Есть весьма дорогие отели и санатории, в которых номер в сезон стоит по 8–9 тысяч рублей, а то и больше. Но многие небольшие частные отели даже в сезон предлагают места по цене около 1,5 тысячи рублей с человека при вполне комфортабельном размещении. Найти проживание по карману, особенно если этим вопросом озаботиться заранее, — проблема небольшая».



«Цена размещения не всегда гарантирует его качество, — соглашается Виктор Тивин. — Некоторые объекты размещения необоснованно повышают цены на свои услуги, хотя их качество практически не меняется. Нельзя забывать о том, что сервис обеспечивают люди. А вот хорошей школы подготовки персонала для сферы туризма, на мой взгляд, у нас так и нет. Поэтому подчас гость не видит той заботы, которую о нем должны бы проявлять за уплаченные деньги».

«Нам надо повышать качество турпродукта и расширять спектр услуг, — поддерживает Сергей Крутько. — Шаги в этом отношении предпринимаются: в Сочи, например, две трети средств размещения уже получили официальные звезды. Но дело не только в них: нужно повышать качество услуг за счет привлечения в отрасль квалифицированных кадров, чтобы в конечном итоге сбалансировать соотношение цены и качества». «Пока туриндустрия региона во многом зависит от итогов летнего сезона — надо увеличивать долю отдыха в межсезонье, — резюмирует Сергей Крутько. — Для этого приняты и реализуются специальные программы — речь идет о создании в крае туристических кластеров. Надо активнее продвигать потенциал Кубани и за рубежом: по итогам 2011 года Кубань посетили лишь около 28 тысяч иностранных туристов. И хотя это почти на 8% больше, чем в 2010 году, турпоток из-за рубежа невелик — надо предлагать отдых в Краснодарском крае на перспективных рынках. И не только в Европе, но и, например, в Китае».

>>> Несмотря на предполагаемый рост консолидированных поступлений от туризма в краевой бюджет до 7 млрд рублей, за первые восемь месяцев 2012 года на курортах Краснодарского края отдохнуло только около 8 млн человек. Причем организованных туристов (т. е. приехавших по путевкам), по экспертным оценкам, не более 15%. В отличие от них, количество «дикарей» быстро растет — в некоторых курортных районах края в текущем году их стало вдвое больше.

Олимпийские парадоксы

Каков он, олимпийский турпродукт, легко ли заработать на Олимпиаде, как поведут себя на олимпийской дистанции операторы и туристы? Эти и другие насущные темы обсудил с корреспондентом «Турбизнеса» авторитетный эксперт – генеральный директор компании «Роза ветров» **СЕРГЕЙ ЗЕНКИН**.

БЕСЕДОВАЛ
АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

»»» Официальными перевозчиками Олимпиады выступают «Аэрофлот» и «РЖД». Они готовы предлагать самые различные варианты перевозки и по уровню сервиса, и по питанию, но им удобнее продавать свой продукт оптом. И для их успешной работы нужно, чтобы заказчики появились уже сегодня. Загрузку Сочи на 40–45% также обеспечивают жители близлежащих регионов Краснодарского и Ставропольского краев, Ростовской области, которым удобно приехать на собственном транспорте. Но радикальное расширение автомобильной дороги по горам от Джубги до Сочи в программу строительства, к сожалению, не заложено.

Расскажите о вашем олимпийском опыте.

Начиная с зимней Олимпиады 1992 года в Альбервилле, наша компания работала на всех крупных спортивных событиях — Олимпиадах, чемпионатах по футболу. Выступала в качестве генерального спонсора российского, белорусского и других Олимпийских комитетов. Пожалуй, мы — единственные в стране, кто столько лет профессионально занимается спортивным туризмом.

Билеты — проблема на Олимпиадах? Это всегда самая большая тема, и летом в Лондоне всех ждал неприятный сюрприз. Лондонская Олимпиада стала первой, на которой все билеты для прямой розничной продажи шли только через интернет. Обычные кассы при стадионах не работали. Это создало огромные проблемы. Поскольку ни публика, ни сайты продаж не были к такому подготовлены, ежедневно до 60 тысяч мест на стадионах пустовали. При том, что люди стремились туда попасть и пытались билеты приобрести.

Часто на Олимпиаду покупают билеты наугад, на какой-нибудь финал, не зная, кто будет участвовать в данном соревновании, а потом меняются — продают свои билеты в обмен на те, которые их больше интересуют. Ведь по ходу соревнований с развитием борьбы, ситуация меняется непредсказуемо. В Лондоне меняться было строжайше запрещено. Оперативную и самую необходимую информацию о расписании ежедневных игр сайты олимпийских комитетов не отображали. В целом нововведение оказалось неудачным. Пострадали и болельщики, и организаторы. Но уже объявлено, что подобный порядок будет на чемпионате мира по футболу 2014 года в Бразилии.

А как будет у нас? Что и как будет происходить на Олимпиаде в Сочи, пока можно только гадать. Представления о загрузке операторов нет ни у кого. Пока непонятно, какие компании войдут в пул уполномоченных. Боюсь, что привлекут не тех, у кого больше опыта и навыков, а «свои» фирмы, близкие к тем, кто принимает



решения. Так, тендер на обслуживание выиграла единственная, никому не известная питерская компания, у которой оказалось в наличии огромное количество нужных и ненужных лицензий и документов разного рода. По крайней мере, «Роза ветров», имея уникальный опыт как по работе с регионом, так и по обслуживанию Олимпиад, пока никаких приглашений и предложений не получала. И на наши запросы — молчание. Непонятны ни цены на размещение, ни то, как будут реализовываться билеты, ни транспортная логистика. Здесь очень большие риски, большие объемы капиталовложений, которые необходимо делать заранее — года за полтора. Все чересчур завязано на политико-административные решения. Экономическая логика развития событий прослеживается слабо. А для операторов желательно знать все за год, чтобы успеть внести информацию в каталоги, провести рекламную кампанию. В такой ситуации многие российские компании с большой осторожностью отнесутся к «олимпийскому пирогу». Отелюрам запретили продавать места и даже называть цены — все будет производиться через уполномоченные олимпийские структуры. Впрочем, руководство гостиниц готово закрыть глаза на краткий период проведения игр, — уже несколько лет отели загружены на 100% строителями. Как работать на Олимпиаде и что требуется российским болельщикам, мы знаем. Обычно спортивное мероприятие мы делим на три периода — начало, середину и конец. В каждом из них действуют разные ценовые предложения. Понятно, что первый и последний привлекают красочными церемониями открытия и закрытия, а чем ближе к концу — тем дороже путевки и билеты, так как больше финальных соревнований. Добавляя экскурсионные и развлекательные опции, трансфер и питание, формируют тот самый олимпийский продукт.

Но если нет хотя бы одной составляющей — цен на размещение или обеспечения билетами — работать сложно. Такой ущербный турпродукт не будет востребован, особенно западными компаниями. А ведь от наших клиентов уже есть запросы, и немало. Есть интересные предложения на многодневные туры, например, от китайцев, европейцев. И сегодня мы вынуждены им отказывать.

Но вы все же готовитесь к Олимпиаде?

Хорошей репетицией, в том числе для системы обслуживания туристов, будет Универсиада в Казани, которая состоится 6–17 июля 2013 года. Мы заключили с «РЖД» договоры о постановке по поезду в день на Казань из столицы и ближайших городов — Самара, Уфы, Пензы, Перми и др. Всего 12 поездов на 10–12 купейных вагонов каждый. Думаем, что нам удастся отправить на Универсиаду около пяти с половиной тысяч туристов. Возникла проблема острой нехватки гостиничных мест. Почти комично, но большую часть номерного фонда займет обслуживающий персонал — 25 тысяч сотрудников МВД, 15 тысяч волонтеров и так далее. Пришлось предлагать туристам однодневные возвратные туры.

К этому мероприятию наша компания относится очень серьезно. Оно станет ключом к пониманию того, как все будет происходить во время Олимпиады.

Будет Олимпиада в Сочи чем-то отличаться от предшествующих?

Тем, что она пока самая затратная и, думается, самая «заорганизованная». На Олимпиаде главное — атмосфера праздника. Большинство туристов едет главным образом из-за этого. С моей точки зрения, самое неприятное для болельщика — чрезмерный контроль, когда его при всех перемещениях обыскивают, ограничивают размер рюкзака, он постоянно окружен сотрудниками службы безопасности. При всем понимании важности таких мер, они отнюдь не улучшают настроение. Надо отдать должное организаторам Олимпиады в Лондоне, где удалось довольно искусно смягчить ситуацию. Полицейские были доброжелательны, даже добродушны, «сотрудники в штатском» малозаметны. Я наблюдал, как во время движения олимпийского огня мимо Вестминстерского аббатства люди подходили вплотную к процессии, фотографировались, улыбались, а стражи порядка делали все, чтобы своим видом не мешать фотографам и мило улыбались при этом. Есть опасения, что у нас не будет так элегантно.

Каковы особенности олимпийского турпродукта? Олимпийский турпродукт всегда сложнее любого другого, например, того же чемпионата по футболу, где всегда очень четко выражена сегментация клиентов по чисто спортивным интересам. На Олимпи-

ады же значительная часть людей едет «потусоваться». Экскурсионная составляющая в Сочи, несомненно, будет. Ведь район Красной Поляны очень интересен. Будут захватывающие вертолетные экскурсии, как видовые, так и спортивные heli-ski. Многие захотят посетить дендропарк, совершить обзорные поездки. Природа Кавказа славится своей красотой. Особый интерес представляют экскурсии по олимпийским объектам, которые обычно начинаются сразу по окончании игр и привлекают огромное число участников. Для иностранных туристов в турпакеты «Розы ветров» войдут опции посещения Санкт-Петербурга и Москвы с Золотым кольцом. Многим туристам 3–4 дня совершенно достаточно для того, чтобы окунуться в олимпийскую среду, почувствовать ее атмосферу. Половина всех олимпийских туров проходит именно так. Опыт показывает, что именно после дня закрытия игр, когда упадут цены и будут сняты строгости, стоит ожидать резкого увеличения турпотока.

Олимпийские игры — событие массового туризма?

Конечно, это одно из самых массовых событийных мероприятий в мире. Но в последнее время в связи с огромными финансовыми затратами и беспрецедентными мерами по обеспечению безопасности все чаще возникает вопрос о целесообразности подобных мероприятий. Это находит отражение и в статистике посещений Олимпиад. Так, согласно официальным данным, во время лондонской Олимпиады туристов в стране было лишь на 4% больше, чем обычно — почти незаметно.

Парадокс заключается в том, что во время Олимпиады поток обычных туристов в страну падает. Особенно это было заметно на Олимпиаде в Афинах в 2004 году. Стояла сильная жара, и все сложилось неудачно. Турпоток сильно упал и восстановился не сразу после закрытия игр, в результате, сезон был испорчен. Не все так просто, как хотелось бы, было и на других Олимпиадах.

А какие плюсы есть в Олимпийских играх?

Олимпиада служит сильнейшей «раскруткой» региона на будущее. Наверняка появится отдельная экскурсионная программа по нашим олимпийским объектам. Сейчас виден большой рост интереса к Сочи, его пляжным возможностям у китайцев. Это рефлекторная реакция на рекламу, и это здорово. Именно в этом плане Олимпиада и работает на массовый туризм, не говоря уже об огромном увеличении номерного фонда. Уверен, что благодаря конкуренции даже отели высокого уровня будут вынуждены пересмотреть свою ценовую политику. Повысится и качество обслуживания.

К сожалению, развитие регионов нашей страны идет не планомерно и поступательно, а благодаря крупным событиям, подобным Дальневосточному Форуму, Олимпиаде или футбольному Чемпионату мира в 2018 году.



>>> Никакой конкурентной борьбы между отечественными или зарубежными компаниями пока нет. Все дело в том, как будут распределяться билеты. Опыт спортивных мероприятий показывает, что купить билеты туроператору проще и удобнее у зарубежных брокеров и спортивных комитетов, нежели у наших. Как ни странно, четкого партнерства между российскими операторами и российскими оргструктурами не налаживается. Всегда между ними в качестве буфера вклиниваются некие небольшие фирмы, которыми эти структуры обрастают. Им почему-то легче работать с зарубежными партнерами. В результате — и туроператорам тоже.

Лондон как пример для Сочи

Если бы мы взяли составять условный рейтинг мероприятий, привлекающих в город туристов со всего света, то Олимпийские игры, несомненно, заняли бы в нем одно из первых мест. На них стремятся попасть многие: от профессиональных тренеров и спортсменов до любителей красивых и эффектных зрелищ.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА



»»» Если раньше на соревнования ездил почти исключительно мужчины, то сейчас до трети — женщины, бывает, даже с детьми. Это заметно смягчает и упрощает обстановку. В последние годы у болельщиков стали более востребованы экскурсии и культурные мероприятия.

Ажиотажный спрос не может не влиять на ценовую политику отельеров. В преддверии лондонской Олимпиады цены в гостиницах британской столицы выросли на 119%. Об этом говорится в аналитическом отчете компании Hotels.com. Пик был достигнут в январе. По мере приближения церемонии открытия игр отели стали снижать тарифы, чтобы обеспечить максимальную загрузку номеров. В итоге выиграла те, кто, несмотря на ажиотаж, отложил бронирование на самый последний момент. За неделю до начала игр стоимость проживания в отелях олимпийского Лондона в среднем составляла 108 фунтов за ночь, это на 3% меньше, чем в те же дни годом ранее. Если взять усредненное увеличение цен на период Олимпийских игр, то оно составило 31% (около 146 фунтов за номер).

УМЕРИТЬ ПЫЛ ОТЕЛЬЕРОВ

Аналитики Hotels.com отмечают, что Паралимпийские игры, как правило, привлекают меньше внимания мировой общественности. Но, несмотря на это, средняя цена размещения в лондонских гостиницах в последнюю неделю проведения Паралимпийских игр, по данным Hotels.com Hotel Price Index, составила 108 фунтов за ночь, то есть ровно столько же, сколько и в период Олимпиады.

«По мере приближения Олимпийских игр в Лондоне стоимость бронирования номеров в отелях снижалась», — подтверждает руководитель отдела по спецпроектам Великобритании компании BSI Group Анна Казокина. По ее словам, первые заявки на поездки на игры стали поступать летом 2011 года, массовые запросы начались уже с ноября 2011 года.

«Зимой был самый сложный период продаж, почти все основные отели были заблокированы The London Organising Committee of the Olympic and Paralympic

Games, и наблюдался дефицит номерного фонда в целом. Те номера, которые были в наличии, стоили очень дорого, многие отели в это время предлагали комнаты в 2 раза дороже по сравнению с обычным периодом, — рассказала эксперт. — В дальнейшем стоимость номеров снижалась, а вскоре вообще не стало дефицита комнат в отелях с хорошим расположением». Непосредственно перед началом Олимпиады можно было легко найти доступное проживание. Другое дело, что те, у кого не было виз, уже не успели бы их получить. «В большинстве случаев за все время продаж нам удалось добиться минимальной переплаты в районе 30%», — сообщила Анна Казокина.

ЛОНДОН ВМЕСТИЛ ВСЕХ

Лондон сумел разместить всех гостей Олимпиады. В пиковые периоды в отелях даже оставались свободные номера. Безусловно, это объясняется большим номерным фондом, которым располагает британская столица. Он насчитывает около 140 тысяч номеров. К Олимпиаде было введено в строй 12 тысяч номеров. С точки зрения российского гостиничного бизнеса все эти факты — повод задуматься о том, как переживут Олимпиаду Сочи. В середине осени на сайте Минэкономразвития был опубликован проект постановления правительства, который призван регулировать цены на номера в отелях на период проведения Олимпийских игр. Предполагается, что стоимость номера высшей категории в 5-звездном отеле не превысит 14 тысяч рублей. В 3-звездных гостиницах номера будут стоить от 4 до 9 тысяч рублей.

Эксперты поспешили заявить о том, что правительству не удастся установить столь узкие рамки для отельеров. В то же время многие отмечали, что госрегулирование необходимо, и приводили в пример Украину, где цены на гостиничные номера в период проведения

Евро-2012 были так высоки, что многие болельщики попросту отказались ехать на соревнования. В Сочи к Олимпиаде будут функционировать 42 тысячи гостиничных номеров, большая часть из которых — в новых отелях. Бронирование номеров началось в конце 2012 года, а продажа билетов стартует в начале 2013 года. «Спортивные мероприятия всегда положительно влияли на гостиничную отрасль, — говорит старший PR-менеджер Hotels.com Ивонн Бонанати. — Есть все основания полагать, что цены на проживание в Сочи увеличатся. Владельцы отелей в городах, в которых проводятся крупные мероприятия, всегда выигрывают от них, за исключением, возможно, самых крупных городов». Насколько изменятся цены на проживание в отелях Сочи перед Олимпиадой сейчас предсказать нельзя, в первую очередь потому, что, в отличие от Лондона, где перед играми строились отели экономкласса, в Сочи появляются гостиницы высокого класса, управляемые международными операторами. Раньше такого предложения на гостиничном рынке российского курорта почти не было. «Предсказать уровень роста цен на размещение в сочинских отелях перед началом проведения Олимпиады достаточно сложно, поскольку предложение к моменту начала игр в связи с вводом большого количества новых гостиничных объектов не только количественно вырастет, но и качественно изменится», — поясняет старший аналитик Jones Lang La Salle Hotels Светлана Тихомирова.

По данным, которые приводит эксперт, в рамках олимпийского строительства предполагается построить и реконструировать около 27 тысяч номеров, в результате объем рынка качественных гостиниц в городе вырастет более чем в десять раз.

«Это приведет к усилению конкуренции на рынке и изменению принципов ценообразования на гостиничное размещение в Сочи. Рост цен на фоне растущего спроса на размещение в гостиницах во время проведения масштабных мероприятий является логичным», — полагает Светлана Тихомирова.

Перспектива государственного регулирования ценообразования на время проведения Олимпийских игр кажется вполне закономерной, учитывая тот факт, что проведение Олимпиады является скорее частью долгосрочной стратегии развития туризма в регионе, а также политическим событием. «Однако говорить о каких-либо конкретных цифрах в настоящий момент преждевременно в связи с высокой долей неопределенности с точки зрения масштабов государственного регулирования цен на размещение в гостиницах Сочи», — добавляет эксперт.

ПЛОДЫ УСПЕХОВ

По версии Hotels.com, польза от возросшего числа отелей из-за проведенных в Лондоне игр будет ощу-

тима в будущем. «Нет никаких сомнений, что обеспеченность столицы большим количеством отелей принесет существенную пользу в будущем, — комментирует директор по связям с общественностью Hotels.com Элисон Купер. — С открытием новых отелей в Лондоне появилось более 12 тысяч дополнительных номеров, в итоге Лондон готов предоставить туристам 140 тысяч номеров, к тому же старые отели как раз закончили переоборудование. Таким образом, возросшее количество отелей совместно с глобальной освещенностью в СМИ во время игр сыграет на руку Лондону — еще долгие годы он будет пожинать плоды от успехов отельного бизнеса».

По мнению Ивонн Бонанати, в целом ситуация в Сочи противорит то, что было в Лондоне: рост числа мест в отелях поспособствует развитию города. В то же время эксперт отмечает, что Олимпиада — это лишь хороший толчок к развитию региона. Но для того, чтобы сохранить этот положительный эффект и продолжить привлекать внимание туристов, власти должны подключать специалистов по маркетингу территорий и других профессионалов в сфере туризма.

Олимпиада принесла значительную пользу Лондону в целом и отелям в частности, поскольку и без того высокий интерес вырос еще больше: «Схожая ситуация была в 2010 году в городах ЮАР, где проходили футбольные матчи Чемпионата мира. Мы ожидаем, что интерес к Сочи вырастет перед Олимпиадой и останется на высоком уровне и после ее окончания».

«В целом Лондон и Сочи очень сложно поддаются сравнению в связи с качественными различиями в их масштабах и значении в мировом контексте, что, в свою очередь, определяет и коренные различия в особенностях спроса на размещение в отелях каждого из городов», — считает Светлана Тихомирова.

По ее словам, Лондон является одним из крупнейших финансовых центров мира и одновременно одним из наиболее привлекательных городов с точки зрения международного туризма. В то время как Сочи в настоящий момент — традиционное курортное направление для внутреннего спроса с высоким уровнем сезонности и с низкой долей международного спроса.

Но в Сочи в настоящее время строятся не только отели, здесь реализуются масштабные проекты по развитию инфраструктуры города в целом (развивается транспортная сеть, строятся спортивные сооружения, офисы и торгово-развлекательные комплексы). Иными словами, предполагается, что Олимпийские игры качественно изменят облик курорта и позволят повысить интерес посетителей не только к Сочи как к новому направлению туризма в России, но и в целом к стране. Олимпийские игры могут стать хорошим маркетинговым ходом для повышения популярности России на международном туристском рынке.



>>> 8 из 10 экспертов туристического рынка уверены, что Олимпийские игры 2012 года положительно скажутся на развитии въездного туризма в британскую столицу.

>>> **73%** представителей туриндустрии и сферы услуг отметили увеличение числа туристов в олимпийском Лондоне, при этом треть респондентов заявила о приросте количества гостей более чем на 20%.



>>> 6 из 10 британцев уверены, что позитивный эффект от проведения Олимпиады в Лондоне будет ощущаться в течение двух следующих лет.

Время договариваться

Предстоящая Олимпиада в Сочи привлекает внимание к региону как российских, так и зарубежных туроператоров. Собеседник «ТБ» — генеральный директор компании «Свой ТТ», входящей в международную группу TUI Travel PLC, **СЕРГЕЙ ВОЙТОВИЧ**.

БЕСЕДОВАЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Как вы оцениваете перспективы развития туризма в регионе?

Я вижу перспективы туристической отрасли в целом. Несмотря на кризисы, она демонстрирует устойчивый прирост на уровне 5–6% в год. У Сочи богатое прошлое и хорошее будущее. К сожалению, немного «выпало» настоящее: примерно с 1980-х годов — то есть в течение 30 лет — наблюдается стагнация. Меняются потребительские предпочтения, и уже нельзя ограничиться формулой: «номер + солнце + море», даже если этот номер с евроремонтom. Обязательно наличие аквапарков, дельфинариев, парков аттракционов, спа-комплексов, развлекательной программы. Изменились и требования к объектам размещения: интернет, кабельное телевидение, рестораны. Перечислять можно бесконечно.

Суть в том, что отдых на море в 1980-е годы и отдых на море в XXI веке — это совершенно разные вещи. Олимпиада в Сочи — это импульс, новая точка отсчета для курорта. Новая инфраструктура, отличная архитектурная концепция, спортивные объекты, разумное наличие иностранных брендов в управлении объектами размещения. Сейчас у Сочи есть все перспективы для того, чтобы вновь стать общероссийской здравницей. Но говорить о регионе как о потенциальном курорте международного уровня пока нельзя. И связано это с системной коррупцией среди некоторых чиновников в МИДе, которые заинтересованы в сохранении и упрочении визового режима.

В начале ноября компания TUI открыла офис в Сочи. С чем это связано?

Наши акционеры очень заинтересованы в развитии внутреннего туризма в России. Именно специалисты TUI Travel PLC настаивали на открытии офиса и инвестировании средств в этот проект. Они уверены в том, что мировая тенденция, когда жители страны являются основными потребителями внутреннего продукта, характерна и для России. Наш продукт — бронирование отелей и дополнительных услуг по всему миру для профессионалов туристического бизнеса через систему Bedsonline, b2b-сервис международного туроператора TUI Travel PLC. В апреле 2011 года представителем Bedsonline в России стала компания «Свой ТТ». За это время европейская система нашла общий язык с представителями отечественных туристических агентств. В Сочи пришли международные гостиничные бренды — Rezidor, Tulip, Swisshotel и другие. У нас много общего — международные акционеры, корпоративные стандарты, акцент на высокое качество обслуживания. Нам будет достаточно просто договориться. Надеюсь, и с отелями — «старожилami» рынка, и с новыми, несетевыми гостиницами мы най-



дем компромисс как по ценам, так и по возможностям бронирования. С несколькими десятками гостиниц мы уже подписали договоры. Оборот по каждому объекту размещения с начала года превышает миллион рублей. И это только начало нашего сотрудничества.

Когда TUI начинает продажи на европейском рынке туров на Олимпиаду в Сочи?

Сейчас в Сочи мы принимаем представителей туроператоров, которые входят в холдинг TUI Travel PLC — показываем им курорт, составляем планы и разрабатываем турпакеты. Обычная практика — сначала спортсмены, судьи, официальные лица и спонсоры, а потом уже туристы. Это нормально, но не хотелось бы, чтобы получилось как с Евро-2012 в Польше и особенно на Украине. Тогда туристов было крайне мало! Основной причиной стало именно то, что билеты на матчи и средства размещения для туристов предлагались в последнюю очередь. Праздник без гостей, даже спортивный, — это «междусобойчик» и довольно унылое зрелище. Конечно, трибуны не будут пустыми: помогут студенты, солдаты, профсоюзы. Но на международном празднике ценна атмосфера интернационализма. Опять же, это важный имиджевый фактор для нашей страны, когда иностранцы смогут сами убедиться в том, что в Россию интересно ехать с туристическими целями. Планы таковы: массово продавать турпакеты на Олимпиаду на европейском рынке (ключевое слово — массово). А суждено эти планы реализовать или нет, во многом зависит от чиновников Олимпийского комитета нашей страны.

Как вы собираетесь рекламировать туры на Олимпиаду?

Никак. «Свой ТТ» — это компания, которая занимается бронированием гостиниц и сопутствующими сервисами. Наши коллеги, европейские туроператоры, имеют многолетний опыт продаж, различные маркетинговые и рекламные инструменты, собственную сеть каналов дистрибуции, лояльные агентства, огромную авиакомпанию, в парке которой 140 лайнеров. Задача фирмы «Свой ТТ» — опираясь на рекомендации моих коллег, входящих в холдинг TUI Travel PLC, создать продукт и обеспечить качественный сервис. А вот продавать — не наша задача. Уверен, что туроператорский холдинг номер один в Европе и лидер по продажам справится с этим и без моих советов.

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

Профессиональные рабочие встречи туроператоров, гостиниц, НТО и турагентств в крупнейших городах России и СНГ

ВЕСЕННЯЯ СЕРИЯ – 2013

18 – 19 марта

Казань – Самара

500 агентств из нескольких городов Поволжья

25 – 29 марта

Ставрополь – Краснодар – Ростов-на-Дону – Волгоград – Саратов

Юг России. Более 1000 профессиональных контактов

28 – 29 марта

Киров – Нижний Новгород

Крупнейший workshop в столице Поволжья

2 – 5 апреля

Челябинск – Уфа – Пермь – Ижевск

Эффективные деловые встречи на Урале

8 – 10 апреля

Омск – Тюмень – Сургут

Главное b2b-мероприятие в Западной Сибири

18 апреля

Баку

Единственный профессиональный workshop в Азербайджане

23 – 24 апреля

Мурманск – Архангельск

Расширяем бизнес на Северо-Западе России

➔ **Стоимость участия в workshop:**
один город – 15 тыс. руб., Баку – 17 тыс. руб.

В стоимость участия входят:

предоставление рабочего места, рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение посетителей, размещение информации в полноцветном каталоге workshop и на сайте «Турбизнес», экскурсионное обслуживание (цены указаны без учета НДС 18%)

Стоимость семинаров:

20 мин. – 4 тыс. руб., 30 мин. – 6 тыс. руб., 40 мин. – 8 тыс. руб.

➔ **Дополнительно предлагаем:**

- доставку материалов в города проведения workshop (46 руб./кг)
- пакеты обслуживания (5 тыс. руб. при одноместном размещении в одном городе, 7 тыс. руб. при двухместном размещении включая трансферы и проживание)
- размещение рекламы в каталоге workshop (от 5 тыс. руб.)
- заочное участие в workshop (6,5 тыс. руб.)
- индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ

Организаторы оставляют за собой право вносить коррективы в сроки проведения мероприятий за полтора месяца до проведения.

Организатор:  **Workshop**
ТУРБИЗНЕС



Испания – страна партнер workshop «Турбизнес»

➔ **Отдел workshop «Турбизнес»**
Людмила Сивова, Алеветина Корева, Кристина Сивова, Евгения Шуманская
Дополнительная информация: (495) 723-72-72
workshop@tourbus.ru, www.tourbus.ru

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

АЛЕКСАНДР АНИСИМОВ:
«Я всегда был
авантюристом»



За два десятилетия своего становления российский турбизнес прошел путь от маленьких компаний, занимавших пару комнат и отправлявших шоп-туристов в Турцию и Китай, до крупных многопрофильных холдингов со штатом в несколько сотен человек. Не раз менялись герои турбизнеса, многие лидеры рынка конца 1990-х и начала 2000-х годов ушли с авансцены.

Как сложилась жизнь людей, чьи имена и названия руководимых ими компаний не сходили со страниц туристической прессы полтора десятка лет назад, что побудило их покинуть турбизнес, каким они вспоминают рынок 1990-х годов и что советуют коллегам, работающим в туризме сегодня. Об этом расскажут герои новой рубрики «ТБ», которая получила название «Профессионал». Именно они превратили туризм из занятия и увлечения в профессию.

С основателем и президентом некогда легендарной и одной из крупнейших в России туристических компаний «Айрин» **АЛЕКСАНДРОМ АНИСИМОВЫМ** беседует генеральный директор ИД «Турбизнес» **ИВАН КАЛАШНИКОВ**.

Александр, мы не виделись с тобой около десяти лет. Те, кто начал работать в туризме несколько лет назад, уже, наверное, и не знают о компании «Айрин», которую ты основал в начале 1990-х годов. Расскажи «молодежи», как ты пришел в турбизнес?

Мой первый опыт и успех в туризме — запуск чартерных рейсов в Турцию. Это был 1992 год. Только-только упал «железный занавес», нашим людям все было в новинку, у них появились деньги, самолеты были забиты под завязку. И хотя наш офис тогда находился не в самом престижном месте, в районе Хорошевского шоссе, очередь на поездки в Турцию стояла на улице. Мы отправляли в день по 700–1000 человек.

Начал я с того, что пришел в «Аэрофлот» и попросил содействия в отправке чартеров в Стамбул для так называемых шопников. Примерно тогда же ко мне обратились представители Александра Головачева, директора самой амбициозной и крупной в то время на рынке компании «Светал». Они предложили разделить сферы влияния: «Светал» делает чартерные перевозки с «Трансаэро», а я — с «Аэрофлотом». Мы договорились друг другу не мешать и на чужое поле не лезть.

К сожалению, время было такое, что долго такие договоренности не продержались. Вскоре я узнал, что «Светал» влез-таки в «Аэрофлот», тогда я посчитал возможным прийти и подписать договор с «Трансаэро». Потом мы начали одновременно разрабатывать Анталию как направление для чартеров, и тут уже наши интересы не могли не столкнуться.

Как появилась идея отправлять туристов на Бали?

Несмотря на то, что мы с Александром Головачевым были очень жесткими конкурентами, как-то в 1994 году он сам пришел ко мне и предложил сделать совместный чартер на индонезийский остров Бали. Тогда про это направление у нас никто еще не знал. Я обзвонил много балийских операторов с просьбой бесплатно разместить больше ста наших турагентов, которых мы должны были привезти на первом чартере. Никто не хотел, все просили минимум \$300 с человека. Только одна маленькая фирма согласилась — теперь это крупнейший туроператор на Бали.

Поначалу «авантюра» с Бали стоила мне серьезных финансовых убытков. Чтобы запустить этот проект, я даже продал дом в Америке. В первое время самолеты летали полупустые, а платить за них надо было полностью. Головачеву тоже было непросто, но мы выстояли, и направление раскрутилось.

Потом на Бали меня встречали как президента страны, с оркестром, эскортом и прочими почестями.

Насколько я помню, ты был первопроходцем и на других направлениях...

Да, мы, например, первыми запустили чартер в Ниццу. Когда я пришел подписывать договор на чартер, на меня смотрели как на умалишенного — мол, кто ж туда так массово полетит. А мы не только полетели, а «откатали» весь сезон. И когда тот же «Аэрофлот» увидел, насколько популярно это направление, он на следующий год сам туда рейсы поставил, а мне даже не дал блока мест на самолете.

Наш первый чартер в Ницце встречал мэр города. Были ковровая дорожка у трапа и шампанское. Но на дворе стоял 1993 год, у нас в России как раз случилась очередная попытка переворота. И вот на следующий день после прилета мы открываем местные газеты, а там наше фото у телевизора (журналисты подловили момент) и подпись: «Испуганные русские туристы смотрят про переворот» и ни одного слова о том, что прилетел первый чартер из России. На наших первых чартерах на Лазурный берег летали многие звезды — Понаровская, Угольников, группа «На-На» и другие.

Другой пример — Сеул. Я узнал, что одна из моих клиенток туда слетала и осталась в восторге. Тогда я сам как турист купил путевку в компании «Спарк», съездил, посмотрел. И сделал первый чартер в Южную Корею, дав блок тому же «Спарку». Первый самолет улетел полный, второй рейс заполнился только наполовину — оставалось 100 пустых мест. «Спарк» мне отомстил — не дал ни одного туриста, чтобы убрать меня с рынка. В этот момент ко мне пришла некая дама и сказала, что у нее есть 130 человек, которым надо в Сеул и она готова воспользоваться моим чартером. Но с условием, что я сниму тридцать своих туристов. Мне репутация была дороже чартера, и я отказал. А потом один из моих менеджеров нашел в Сибири как раз сто человек, которые и заполнили тот самолет.

В Сеуле тоже без приключений не обошлось. Времена были лихие, среди клиентов было много, скажем так, горячих людей, и обстановка при любой нештатной ситуации накалялась мгновенно. В отеле мы обнаружили, что ванны в номерах заполнены водой. Мы ее, недолго думая, спустили, а оказалось, что в отеле в это время не было воды, это был резервный запас. Как-то выкрутились, но адреналин при общении с туристами был бешеный.

Кого ты вспоминаешь из коллег по цеху?

Конечно, Александра Головачева из «Светала». Он был мощной и харизматичной фигурой, по-настоящему горел за дело. Теперь таких людей нет. Незадолго до его скоростной смерти 27 сентября 1997 года мы с ним встретились на туристическом вечере, выпили. Саша бросил рюмку об

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Ф.И.О

Анисимов Александр Васильевич

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Алма-Ата

ОБРАЗОВАНИЕ

КазГосСХИ, экономист

КАРЬЕРА

Завод «Металлист» — инженер-конструктор.
«Госплан» — экономист.
Служба в армии.
ЦК ВЛКСМ — инструктор.
Золотодобывающая артель «Печора» — начальник отдела снабжения.
Кооператив «Восход» — председатель. СП
«Красинвест» — заместитель начальника. Туристическая компания «Айрин» — президент

МЕСТО РАБОТЫ

Председатель совета директоров холдинга Anisimov-group

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

Холост, есть дети

ЛЮБИМОЕ МЕСТО ОТДЫХА

Везде — в любой стране есть «изюминка»

УВЛЕЧЕНИЯ

Дао, большой теннис, единоборства на ножах, сноуборд, путешествия, фотография, сыроедение



« Начиная свой путь в турбизнесе, я бы посоветовал ничего не бояться, не пугаться «врубаться» в крупный бизнес и не смотреть на то, что на вашем поле уже есть крупные игроки. Ничего нигде не схвачено, надо идти туда, куда хочется и где интересно. И добиваться того, чего ты хочешь »»

**АЛЕКСАНДР
АНИСИМОВ**

пол, на счастье. Она не разбилась, вот и не верь после этого в приметы. Евгений Шведов, основатель гремевшей в 1990-е годы турфирмы «Москва-тур» — тоже яркая личность, правда, не только с «плюсами», а больше со знаком «минус». Во многом из-за него у людей сложилось негативное мнение о коммерческом туризме. Сергей Зенкин основал у нас в стране, наверное, первую частную турфирму «Роза ветров». Это настоящий гуру туризма, он всегда любил и умел генерировать новые интересные идеи. Сейчас, как я знаю, он занимается внутренним туризмом.

Почему после многих лет успешной работы, имея компанию с раскрученным именем, ты внезапно ушел из турбизнеса?

Было много причин, в первую очередь, конечно, связанных с деньгами. Я так и не оправился после финансовых трудностей, связанных с чартерами на Бали. Кроме того, я ввязался в чартерные программы в Америку, во Флориду. Там очень красиво, «Диснейленд», и я хотел возить туда детей, но длительного проекта не получилось. Хотя я горд тем, что турфирма «Айрин» — первая и единственная компания, которая отправила самолет с детьми в Орlando.

Потом были вторые выборы Ельцина, все очень боялись, что к власти придут коммунисты, и я активно агитировал своих туристов голосовать за Ельцина. Только я не учел, что день выборов совпадает с массовым вылетом чартеров. В результате несколько самолетов улетели полупустыми. На просьбу помочь и компенсировать мне хоть часть затрат, властные структуры посоветовали мне не смешивать экономику с политикой. А «Аэрофлот» выставил мне счет на \$300 тысяч.

Я рассчитался со всеми долгами, закрыл и продал компанию и ушел с рынка. Не могу сказать, что уехал на «белом коне», просто устал и понял, что есть другие сферы деятельности.

Какой бизнес у тебя сегодня? Он как-то связан с туризмом?

Я занимаюсь продажей и арендой недвижимости в США и в Европе, арендой частных самолетов, яхт, престижных автомобилей. Тоже, в общем, деятельность на стыке с туризмом. Кстати, турфирмы в чем-то мои партнеры, люди ведь сначала приезжают через них посмотреть, что да как, а потом уже выбирают себе дом или квартиру. Многие хотят иметь «запасной аэродром». Я — человек авантюрный. Везде хочу быть первым. Наше агентство недвижимости «ATreality» первым на рынке начало продавать замки.

Оглядываясь назад, ты жалеешь о чем-то, что сделал не так? Находишь в прошлом

какие-то ошибки, которых хотелось бы избежать?

Я ни о чем не жалею. В бизнесе для успеха часто приходится действовать жестко и агрессивно. Тут важно помнить изречение Макиавелли «Цель оправдывает средства».

Как, на твой взгляд, изменился туристический рынок за последние годы?

Я специально не задавался этим вопросом. Но правильной говорить не о том, что рынок изменился, а о том, что он стал совершенно другим. Мы были пионерами, кроме нас работали разве что «Интурист», да еще несколько компаний. Теперь рынок стал жестче, куда более структурированным, его все больше захватывают крупные игроки.

Сейчас стоит делать акцент на FIT-клиентов, они во все времена будут пользоваться нормальным продуктом, который предлагают стабильные грамотные компании.

Ты мог бы сейчас снова вернуться в турбизнес?

Совсем вернуться вряд ли. Потому что тогда я слишком много сил вложил в свою компанию, в свою команду. Наверное, я смог бы создать новую команду, мне потенциально хватит на это сил. Но взять и прожить снова эту жизнь — уже перебор. Есть и другие интересы, другие приоритеты.

Что бы ты посоветовал тем, кто недавно пришел в турбизнес?

Давно, когда только начинал, я пришел за советом к начальнику транспортного отдела «Интуриста» и он сказал: «Ребята, вы беретесь за очень трудный бизнес, но страшно интересный». Так и получилось — это и вправду очень сложно, причем буквально во всем. Это же не просто «купил — продал». Для того чтобы заработать \$100 тысяч, надо отправить несколько сот человек, причем речь идет о туризме высокого уровня. А если говорить о массовом сегменте, то не меньше тысячи туристов. Вторая трудность — человеческий фактор. Малейшая ошибка менеджера может повлечь за собой большие неприятности. Про недовершенство клиентов я и не говорю. В 1990-х это было и смертельно опасно.

Александр, ты прекрасно выглядишь. Сознания, у тебя есть какое-то спортивное увлечение?

О да, я люблю спорт — теннис, велосипед, сноуборд, регулярно занимаюсь фитнесом. Но настоящую гармонию тела и духа я получаю от Дао — это для меня образ жизни. В последние годы увлекся единоборствами на ножах. В прошлом году наравне с молодежью даже участвовал в открытом чемпионате мира в Таллине. Один бой выиграл, один проиграл. В общем, все как в жизни и в бизнесе.

Мегасделка

«Русский Экспресс» приобрел активы компании «Мегаполиус турс», принадлежавшие ранее швейцарскому холдингу Kuoni. Интеграция туроператора в структуру «Русского Экспресса» уже началась. Бренд «Мегаполиуса» при этом сохранится.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

«Сделка по приобретению активов «Мегаполиус турс» прошла успешно, — рассказал корреспонденту «ТБ» генеральный директор «Русского Экспресса» Тарас Кобищанов. — Причина покупки проста: эти активы очень интересны во всех отношениях, в первую очередь в плане перспективного развития. Мы купили активы, полностью очищенные от долгов. Это, безусловно, лакомый кусок, за который, кстати, боролись в пяти странах мира. При этом другие российские компании вели себя инертно, видимо, они не привыкли к активным действиям на международной арене».

В сентябре совет директоров Kuoni Group сделал заявление о том, что ряд региональных убыточных подразделений компании больше не представляет для него стратегического интереса. В опубликованном сообщении отмечалось, что холдинг больше не хочет управлять бизнесом в Италии, Испании, Бельгии, Нидерландах, а также в России и изучает возможности выхода из этих активов.

Kuoni — крупнейший турхолдинг Швейцарии, который имеет представительства в 60 странах. Его выручка в 2011 году составила 4,144 млрд евро, чистая прибыль — 27 млн евро, нынешняя капитализация — 883 млн евро.

Kuoni вышел на российский рынок в 2007 году, купив 80% туроператора «Мегаполиус турс», товарооборот которого в то время превышал 30 млн евро.

Но впоследствии Kuoni с сожалением констатировал, что его бизнес в России убыточен. В прошлом году накануне летнего сезона «Мегаполиус турс» объявил о том, что отказывается от массовых чартерных программ, которые предполагают недостаточный уровень рентабельности для покрытия соответствующих операционных расходов в связи с жесткой ценовой конкуренцией. Таким образом, Kuoni решил сосредоточиться в России исключительно на индивидуальных турах.

По итогам 2011 года заявленный товарооборот «Мегаполиус турс» снизился на 40% — до 1,29 млрд руб. Число отправленных за границу туристов сократилось на 46%.

Напомним, что в середине марта на официальном сайте швейцарской компании Hotelplan Group, которой с 2007 года принадлежали 51% акций «Асент Трэвела», появилась информация о том, что холдинг решил продать свою долю участия в этой компании. Позднее ее приобрел неназванный российский инвестор.



«Русский Экспресс» приобрел все активы «Мегаполиуса»: туроператорский бизнес, сети турагентств и систему бронирования «Мегатур» >>>

**ТАРАС
КОБИЩАНОВ**

Совет старейшин

При Министерстве культуры появится экспертный совет по туризму

Как сообщает АТОР, в ближайшем будущем при Министерстве культуры РФ будет создан Экспертный совет по туризму. Сейчас в министерстве действует Координационный совет по туризму, в который входят руководители региональных органов управления туризмом. «Мы считаем, что это важно. Но нужен не только взгляд органов правления, но и бизнеса. Поэтому создается Экспертный совет с участием турфирм», — говорит руководитель департамента туризма и региональной политики Минкультуры Сергей Корнеев.

Экспертный совет по туризму будет выполнять консультативно-экспертные функции: формировать перечень

основных направлений и принципов государственной политики в сфере туризма, определять механизмы ее реализации. Совет также будет прорабатывать вопросы, связанные с совершенствованием нормативно-правовой базы, содействием реализации отраслевых программ и комплексных планов развития туротрасли, развитием механизма государственно-частного партнерства при реализации турпроектов. Совместно с представителями бизнес-структур, общественных организаций и профессиональных объединений Экспертный совет разработает рекомендации по снижению административных барьеров при реализации туристических проектов.

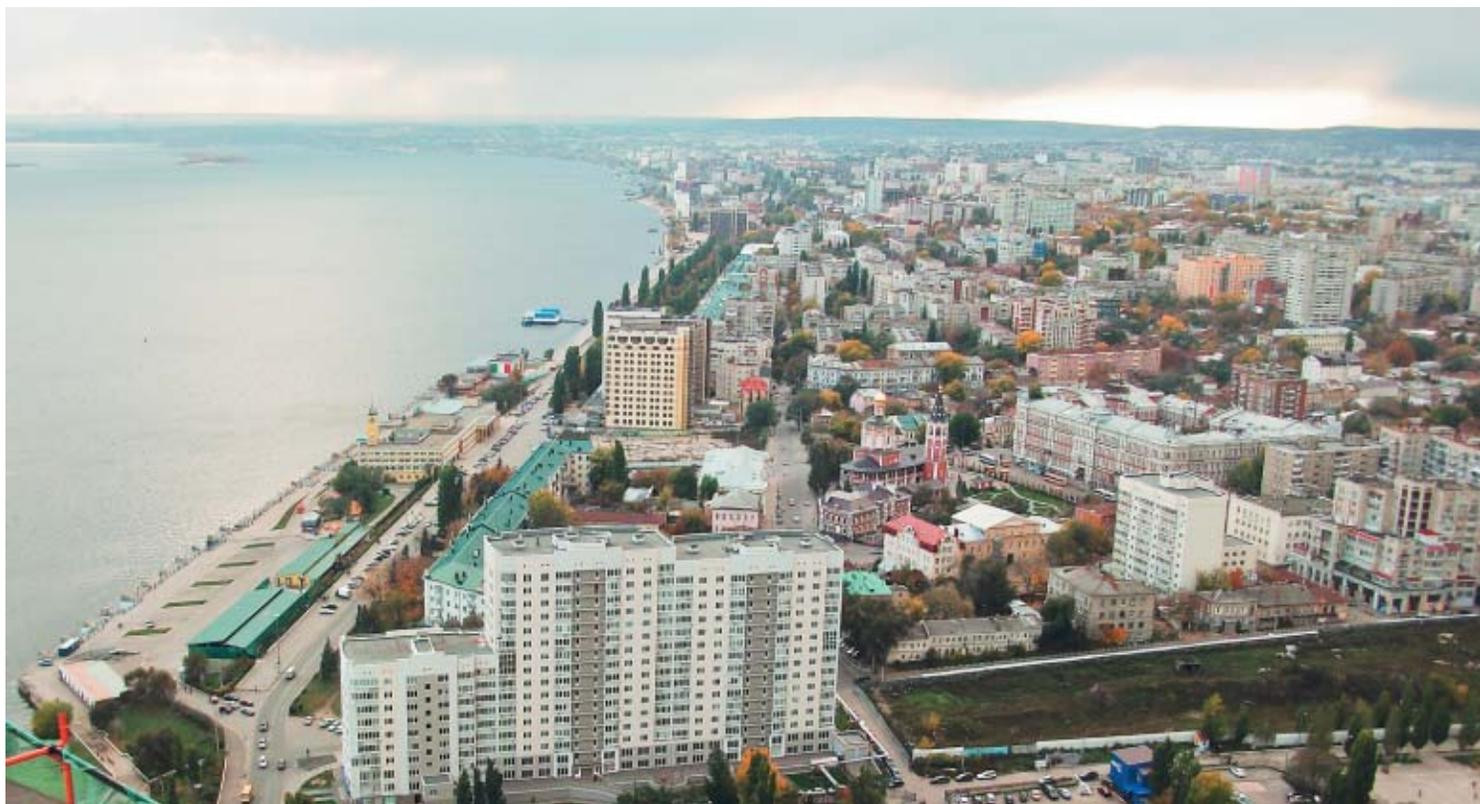


ФОТО: К. Петруша, К. Вазуленко

На Волгу, в Саратов

Саратовская область — площадь 101 тысяча квадратных километров, население — 2,5 млн человек — до самого недавнего времени была на карте России своего рода «туристической целиной» — несмотря на регулярное присутствие на специализированных выставках и членство в большом межрегиональном проекте «Великая Волга», в который сегодня входят 11 регионов России.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ,
ЕЛЕНА БОРИСОВА

Между тем область имеет вполне достаточный базис, чтобы превратить туризм в одну из главных отраслей своей экономики: за прошлый год регион с туристическими целями посетили свыше полумиллиона человек. «Можно и нужно вернуть былую славу тури-

стического города, оживить движение теплоходов по Волге, сделать город привлекательным для лечения и отдыха, сохранив многочисленные родники...», — писал еще десять лет назад глава Хвалынского муниципального образования, а ныне — губернатор Саратовской области Валерий Радаев.

ГОСТИНИЦЫ САРАТОВА

НАЗВАНИЕ	КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ
Гостиница «Словакия»	Удобное расположение в центре города, вид на Волгу, самый большой номерной фонд — 256 номеров
Отель «Жемчужина»	Один из первых отелей высокого класса в Саратове. Вид на Волгу, рядом расположен городской парк «Липки»
Сеть гостиниц «Богемия»	Одна из крупнейших региональных гостиничных сетей, в которую входят шесть отелей: «Частная резиденция «Богемия», «Бизнес-отель «Богемия», «Сити-отель «Богемия», «Парк-отель «Богемия», «Богемия» на Вавилова» и отель «Пионер-Люкс»
Отель «Оазис»	Отель находится в центральной части города в пешеходной доступности от основных достопримечательностей

«АМБАР» РОССИИ

В последнее время слова стали подкрепляться делом: в области создано Министерство молодежной политики, спорта и туризма, в ближайшее время будет принята программа развития туризма на 2014–2016 годы. В 2012 году проведено шесть рекламных туров — в Базарно-Карабулакский, Красноармейский, Энгельсский районы, по городам Балаково и Саратову. В них участвовали не только журналисты, но и представители крупнейших туристических компаний региона. Министерством совместно с туристическим агент-

<<< С давних времен Саратов считался одним из крупнейших «амбаров» России.

«Жемчужина» — один из первых отелей высокого класса в Саратове.



ством «Ирис» организован пресс-тур по историческим городам области, в котором впервые приняли участие представители федеральных СМИ. Основанный в конце XVI века почти миллионный Саратов, на гербе которого с давних времен «плавают» три стерляди, — родина писателей Николая Чернышевского и Константина Федина, архитектора Федора Шехтеля, художника Виктора Борисова-Мусатова. С 1903 по 1906 год саратовским губернатором был Петр Аркадьевич Столыпин, чье имя носит одна из главных площадей города. С давних времен Саратов считался одним из крупнейших «амбаров» России — из высококачественной муки выпекали знаменитые саратовские калачи. В Саратове в 1895 году открылся первый в России общедоступный художественный музей — сегодня он носит имя А. Н. Радищева. Не меньший интерес представляют и малые исторические города саратовской «глубинки». «Сотрудничество с районными администрациями в развитии туризма — одно из главных направлений нашей работы», — говорит министр молодежной политики, спорта и туризма Саратовской области Наилия Брилёнок. Между министерством и администрациями Вольского, Балаковского и Базарно-Карабулакского районов подписаны соглашения о сотрудничестве в сфере туризма.

КАЖДЫЙ ЗНАМИТ

Один из самых колоритных городов Саратовской области — основанная в 1764 году вернувшимися из Польши старообрядцами Мечетная слобода.

САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ



С 1835 года — это город Николаевск, а с 1918 года, по предложению В. И. Чапаева, — Пугачёв (41 тысяча жителей). Вождь крестьянской войны побывал здесь в 1772 году. Город, сохранивший большую часть исторической застройки, и его окрестности сыграли заметную роль в истории русского старообрядчества: два из трех основанных старообрядцами на реке Большой Иргиз монастырей в настоящее время возрождаются. С января по ноябрь 1918 года в доме, где в 1939 году открылся сохранивший множество подлинных вещей мемориальный музей, жил командир легендарной 25-й дивизии Василий Чапаев. Самым известным из уездных городов Саратовской области, безусловно, является основанный в 1556 году Хвалынский (14 тысяч жителей) — родина знаменитого художника Кузьмы Петрова-Водкина, которую он запечатлел в автобиографической повести «Хлыновск». Сохранились родной дом Петрова-Водкина (ныне — музей) и носящая его имя картинная галерея. Известен окруженный меловыми горами Хвалынский и как «волжская Швейцария»: в окружающих его меловых горах, в которых известно более ста минеральных источников, в 1994 году создан национальный парк «Хвалынский», предлагающий сегодня посещение паломнического комплекса (часовня, родник, купель), этнографического комплекса «Деревенское подворье», вольерного хозяйства. В национальном парке «Хвалынский» создается гостевой комплекс «Солнечная поляна». На месте возникшего в Хвалынских горах старообрядческого монастыря (сохранилось несколько подлинных деревянных

>>> В 2005 году рядом с Хвалынском, на склонах Приволжской возвышенности (максимальная высота — 379 метров) начал работу горнолыжный курорт на 136 мест, располагающий двумя подъемниками, трассами для слалома и гигантского слалома. Комплекс европейского класса пользуется популярностью у любителей активного отдыха Саратовской области и соседних регионов, вплоть до Урала. Генеральный директор комплекса Сергей Миронов сообщил, что в 2013 году на курорте заработает открытый бассейн с подогревом воды, что расширит ассортимент предложений как зимнего, так и летнего отдыха.

ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ИНТЕРВЬЮ

Министр молодежной политики, спорта и туризма области **НАИЛЯ БРИЛЁНОК**

Саратов готов пригласить туристов в регион?

Наш новый губернатор Валерий Радаев хорошо знает, чем богаты районы области, знает туристический потенциал региона. Перед министерством поставлена задача максимального информирования саратовцев и наших гостей о туризме в области. Министерство формирует единое туристическое виртуальное пространство региона — больше трех месяцев функционирует туристический портал www.tourism.saratov.gov.ru. На нем публикуется актуальная информация о туристском потенциале области: единый туристический паспорт, календарь событий, новости индустрии туризма и др.

Планируется создание туристических кластеров?

Мониторинг показал, что в области могут быть образованы кластеры эколого-туристические, туристско-рекреационные — в первую очередь на территории Хвалынского национального парка, Кумысной поляны в Саратове и вокруг озера Сазанка в Энгельсе. Если говорить о перспективах экскурсионного туризма в регионе, то здесь наши усилия направлены, прежде всего, на включение в экскурсионные маршруты экспозиций музеев. В Саратовской области 26 государственных и муниципальных музеев, а также более 100 негосударственных. Количество музейных экспонатов, хранящихся в областных и муниципальных музеях, составляет почти миллион единиц хранения.

Какие региональные бренды будете развивать?

Мы уже начали развивать три бренда: «Саратовская область — первая космическая гавань Земли», «Увек — город золотоордынской эпохи» и «Утес Степана Разина». Все они имеют реальную историческую основу, краеведческую привязку. Именно эти символы мы стараемся сделать визитной карточкой региона. Самым масштабным является проект, связанный с первым космонавтом Юрием Гагариным. Это бренд не только российского, а международно-



го уровня. В этом году место приземления Гагарина отнесено к объектам культуры федерального значения и получило статус «достопримечательного места».

Сколько гостиниц в области?

По данным Саратовстата на 1 июля 2012 года, в Саратовской области работают 57 коллективных средств размещения, в том числе 21 гостиница, 20 санаторно-курортных организаций, 16 баз и домов отдыха. За 6 месяцев численность размещенных в них туристов составила 50,4 тысячи человек. Услугами гостиниц и отелей за полгода воспользовались почти 20 тысяч человек. Сумма доходов от услуг, предоставленных организациями гостиничной сети, составила 50 млн рублей. Количество отдохнувших в санаторно-курортных организациях, в домах и базах отдыха на порядок больше — 30,8 тысячи человек. И доходы от предоставленных услуг составили 201,3 млн рублей — почти 80% от суммы доходов всех коллективных средств размещения.

Кто проводит классификацию местных отелей?

До осени 2012 года классификация средств размещения была, так сказать, вне ведения органов государственной власти региона. С октября министерство молодежной политики, спорта и туризма наделено функцией по аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристической индустрии. Аккредитация будет проходить в ближайшее время.

построек) в 1920-х годах была открыта одна из старейших здравниц области — кардиологический санаторий «Черемшаны». Сегодня он преобразовывается в реабилитационный центр на 350 мест «Пещера монаха» с плавательным бассейном и водолечебницей.

До 1967 года, когда было завершено заполнение Саратовского водохранилища, и под водой исчез крупнейший на Волге остров Сосновый, славившийся охотничьими угодьями и рыбалкой, в Хвалынске останавливались почти все рейсовые и круизные теплоходы. Сегодня все больше теплоходов «вспоминает» о Хвалынске, но количество заходов пока явно несоответственно туристическому потенциалу славящегося вдобавок своими яблоками и гостеприимством жителей городка.

«Уголок Петербурга» часто называют в области расположенный в 140 км к северу от Саратова городок Вольск (5 тысяч жителей) — он выстроен по образцовым проектам ведущих русских архитекторов, создававших когда-то Северную столицу. На пешеходной улице Вольска и вокруг нее сохранилось немало первоклассных образцов классической архитектуры 1830–1840-х годов. Особенно хорош бывший особняк купца Менькова, в котором ныне располагается отличающаяся как богатой коллекцией, так и условиями хранения художественных ценностей картинная галерея. Галерея — очень редкий в провинции случай — заняла в 1991 году бывшее здание райкома КПСС.

СТРАНА ШВАМБРАНИЯ

Напротив Саратова, на другом берегу Волги находится основанная в 1747 году Покровская слобода (с 1914 года — город Покровск), в котором в 1765 году поселились первые немцы, прибывшие в Россию по приглашению Екатерины II. С 1931 года Покровск, переименованный в город Энгельс (183 тысячи жителей), стал столицей просуществовавшей до начала Великой Отечественной войны Республики немцев Поволжья. Город, по мнению историков, до сих пор сохранил многие отличительные черты жизни и культуры поволжских немцев. Известен бывший Покровск и по колоритным описаниям в книге Льва Кассиля «Конduit и Швамбрения». Кассиль родился в Покровской слободе в 1905 году, к его 90-летию в доме, где с 1918 года жила семья писателя, открылся популярный у туристов музей.

Министр молодежной политики, спорта и туризма Саратовской области Наиля Брилёнок считает, что богатейший туристический потенциал области на рынке известен явно недостаточно, поэтому власти намерены и в дальнейшем активно пропагандировать его, содействовать потенциальным инвесторам в реализации инвестиционных проектов.

Почему на Урале катаются с умом

Свердловская область — прекрасное направление для зимнего отдыха: как молодежного, так и семейного. В зимний Урал нельзя не влюбиться, и тому есть много причин.

ЛЕГКО ДОБРАТЬСЯ

Екатеринбург — третий по величине транспортный узел России, а аэропорт Кольцово — крупнейшая региональная воздушная гавань. Свыше 40 российских и зарубежных авиакомпаний связывают Екатеринбург более чем со ста городами мира.

Железнодорожный вокзал Екатеринбург — самый крупный железнодорожный узел Транссибирской магистрали. Через него проходят основные линии, по которым поезда направляются в Тюмень, Челябинск, Казань, Нижний Тагил, Пермь, Курган. Для любителей автотуризма Урал — уникальный регион. Совершите путешествие на своем автомобиле по многочисленным историческим местам, которые находятся недалеко от Екатеринбурга в экологически чистых районах. Можно взять автомобиль напрокат, получить консультацию у местного туроператора или заказать у него готовый тур.

СКЛОНЫ ЛЮБОЙ СЛОЖНОСТИ

Рельеф Уральских гор — Белой, Уктуса, Пильной, Волчихи, Теплой и Ежовой — интересен перепадом высот и возможностью катания на любых трассах. Если вам важны хорошие трассы, причем каждый день разные, а еще хочется полюбоваться красивыми горными пейзажами — то вам точно к нам в гости.

В ЕДИНЕНИИ С ПРИРОДОЙ

Вы почувствуете себя первооткрывателем неизвестных земель в абсолютно безлюдных уголках Урала. Природный парк «Оленьи ручьи» знаменит пещерами с наскальными рисунками. В парке «Бажовские места» притягивает магической красотой уникальная энергетика лесного озера Тальков Камень. Парк «Река Чусовая» хранит тайны удивительных и живописных окрестностей реки, с которой началось освоение Урала. Зимой здесь предлагают лыжные и конные маршруты, прокат снаряжения, катание на санях. Предусмотрены короткие остановки в любом понравившемся месте для осмотра и фотосъемки живописных пейзажей.



ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ ЛЫЖИ

Более ста экскурсионных маршрутов по Свердловской области готовы предложить туроператоры, принимающие туристов на Урале.

Например, Невьянск знаменит своей наклонной башней со старинными башенными часами и таинственной демидовской слуховой комнатой, а также музеем Невьянской иконы.

В селе Нижние Таволги в гончарных мастерских на настоящем гончарном круге можно слепить что-то «симпатичное» и забрать уже обожженное в печи готовое изделие.

В Нижней Синячихе работает Музей-заповедник деревянного зодчества и народного искусства под открытым небом. Покатайтесь в санях на лошадях с бубенцами, выпейте чай с травами и с уральскими шаньгами, познакомьтесь с уникальной уральской росписью, которыми расписывали стены своих изб зажиточные крестьяне.

«ГЛАВЁЛКА» В ЕКАТЕРИНБУРГЕ

В этом году в Екатеринбурге откроется суперсовременный семейно-досуговый комплекс ExpoShowPark. Проект «Главёлка» — самое масштабное новогоднее шоу в истории региона. Оно продлится целый месяц и сможет претендовать на занесение в Книгу рекордов Гиннесса.

Будет возведен ледовый городок с парком развлечений, где посетители попадут в настоящий город будущего — Екатеринбург-2020, здесь соединятся невероятная фантазия архитекторов и художников, узнаваемые места столицы Урала и новейшие визуально-световые технологии. Тема ЕХРО-2020 станет главной в стилистическом решении ледового городка.



Лыжные трассы области хорошо подготовлены и порадуют как новичков, так и опытных лыжников.

Наклонная башня в Невьянске.



Все о зимнем отдыхе в Свердловской области: зиманаурале.рф, winterural.com



НАЗВАНИЕ

JW Marriott Absheron Baku

КАТЕГОРИЯ

5*

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Баку, площадь Свободы, 674

НОМЕРНОЙ ФОНД

243 номера, включая комнаты повышенных категорий Executive Studio и «Президентский люкс». В оформлении номеров использованы элементы азербайджанских пейзажей, известных памятников архитектуры, Каспийского моря.

ФОКУС-ОТКРЫТИЕ

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Кафе Zest lifestyle cafe, ресторан восточной кухни Fireworks Oriental Kitchen, ресторан современной итальянской кухни Oro Nero Bar&Ristorante, бар Razzmatazz Cocktail Bar&Lounge. Три верхних этажа здания занимает Absheron-Спа с видом на центр Баку и Каспийское море. В спа-центре 5 комнат для процедур, в том числе комната для пар, плавательный бассейн с джакузи, парная и сауна. 13 конференц-залов различной площади с дневным освещением, а также бальный зал площадью 1208 квадратных метров.

СПРАВКА «ТБ»

JW Marriott – один из элитных брендов Marriott International. Бренд посвящен основателю компании Джону Уилларду Марриоту. Отель в Баку стал 54-м объектом в портфолио JW Marriott в 23 странах мира. К 2015 году их количество увеличится до 80 гостиниц в 29 странах.

Отель для любителей граффити

Стрит-арт стал главным элементом дизайна необычного отеля Red Stars, официальное открытие которого состоялось в Санкт-Петербурге в середине ноября

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Заново построенное пятиэтажное здание, расположенное в 400 метрах от новой сцены Мариинского театра, было отдано в распоряжение команды петербургских граффитистов, которые от души потрудились на этом гостиничном объекте. В результате четыре жилых этажа получили условные названия «Нью-Йорк», «Токио», «Лондон» и «Рио-де-Жанейро», а их интерьеры легко узнаваемы благодаря стильным элементам графики, которые в изобилии украшают стены. У гостей отеля создается впечатление, что для того чтобы попасть в номер, нужно обязательно пройти по улице того или иного города. На первом этаже любой желающий может оставить свой автограф или пожелание не в привычной всем книге, а прямо на стене. Сам комплекс необычен по своей концепции — в одном здании объединены отель уровня 3*+ (54 номера разных категорий) и хостел (4 шестиместных и один номер на четверых). Только что открывшийся объект размещения уже вызвал интерес у любителей современного искусства —



здесь состоялись несколько семинаров и мастер-классов по граффити. Red Stars расположен недалеко от острова Новая Голландия, который прошедшим летом стал очень популярен у молодежи благодаря своей ориентации на современные виды искусства.

«Эта гостиница наверняка будет интересна активным и интересующимся современным искусством людям хотя бы потому, что она не такая, как все, — заявил во время официальной церемонии открытия руководитель администрации Адмиралтейского района Петербурга Игорь Мясников. — Тот факт, что она открылась в исторически самом петербургском районе под названием Коломна, говорит о его перспективности с туристической точки зрения».

Открытие года

Воздушную линию между Москвой и Парижем многие десятилетия на регулярной основе обслуживали лишь «Аэрофлот» и Air France. Летом 2012 года на это популярное направление вышли еще две авиакомпании, ставшие назначенными перевозчиками: «Трансаэро» от России и «Эгль Азюр» (Aigle Azur) — от Франции.



Первый рейс авиакомпании «Эгль Азюр» между Парижем (аэропорт Орли) и Москвой (Внуково) состоялся 27 июля и положил начало регулярным ежедневным полетам перевозчика из России в столицу Франции. Рейсы выполняются на лайнерах Airbus A320 и A319. Благодаря кодшеринговому соглашению между «Эгль Азюр» и авиакомпанией «Трансаэро» количество рейсов по маршруту Москва — Париж достигает 14 в неделю. В самолетах предусмотрены три класса обслуживания: экономический, премиум-эконом или бизнес-класс. Комфорт на борту — важная составляющая любого перелета, «Эгль Азюр» уделяет этому серьезное внимание. К услугам пассажиров — удобные кресла с современной эргономичной концепцией, специальное меню, профессиональная команда бортпроводников. Клиентам бизнес и премиум-эконом-классов предоставляется приветственный коктейль, а также изысканное меню: выбор из двух горячих блюд, французские вина, шампанское, десерт, прохладительные напитки. Дополнительные атрибуты для комфорта бизнес-

пассажиров — дорожный набор, пледы, подушки. В экономическом классе пассажирам предлагаются горячий завтрак или обед, традиционная французская выпечка, вина и прохладительные напитки. Стоимость билетов Москва — Париж — Москва от «Эгль Азюр» выгодно отличается от цен конкурентов. Есть возможность комбинировать между собой все тарифы — от минимального в экономическом классе до самых высоких тарифов бизнес-класса. По словам главного исполнительного директора авиакомпании «Эгль Азюр» Мезьяна Иджеруидена, авиабилеты французской авиакомпании «Эгль Азюр» в России сегодня реализуют более 400 туристических агентств. Кроме того, в июле «Эгль Азюр» назначила своим генеральным представителем на территории Российской Федерации компанию SRG Holdings (www.srgholdings.com). Авиакомпания «Эгль Азюр» основана в 1946 году и является старейшим частным авиаперевозчиком Франции. Она выполняет более 300 еженедельных рейсов из 10 французских аэропортов. Всего компания летает более чем в 20 пунктов назначения.

>>> Парк самолетов насчитывает 12 лайнеров Airbus (A320, A319, A320 и A321), с обслуживанием в двух или трех классах путешествия, в зависимости от направления полетной программы.

Москва гостеприимная

Комитет по туризму и гостиничному хозяйству Москвы совместно с ИД «Турбизнес» подготовили серию справочников-путеводителей по российской столице. Издания ориентированы как на отечественных, так и на зарубежных путешественников. До конца 2012 года вышли в свет путеводители «Учим русский язык в Москве», «Москва для гурманов. Русская и советская кухня», «Москва литературная», «Москва православная», «Москов-

ское метро», «Москва театральная», «Парки и усадьбы Москвы», «Музеи Москвы», справочник «Москва. Календарь событий в 1 полугодии 2013 года». Издания красочно иллюстрированы и содержат максимум полезной для гостей города информации, включая подробные картосхемы. Каждый путеводитель печатается не только на русском, но и на иностранных языках — английском, китайском, немецком, французском, испанском, ита-

льянском. Тираж русскоязычных версий — 10 тысяч экземпляров, иноязычных — от 2 до 5 тысяч экземпляров.





Земля контрастов

Национальное бюро по развитию туризма (Turismo Chile) и торговое представительство при посольстве Чили в РФ (PROCHILE) впервые провели в нашей стране семинар, посвященный туристическим возможностям и предложениям этой загадочной страны

ТЕКСТ АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

>>> За 2011 год число прибытий российских туристов выросло на

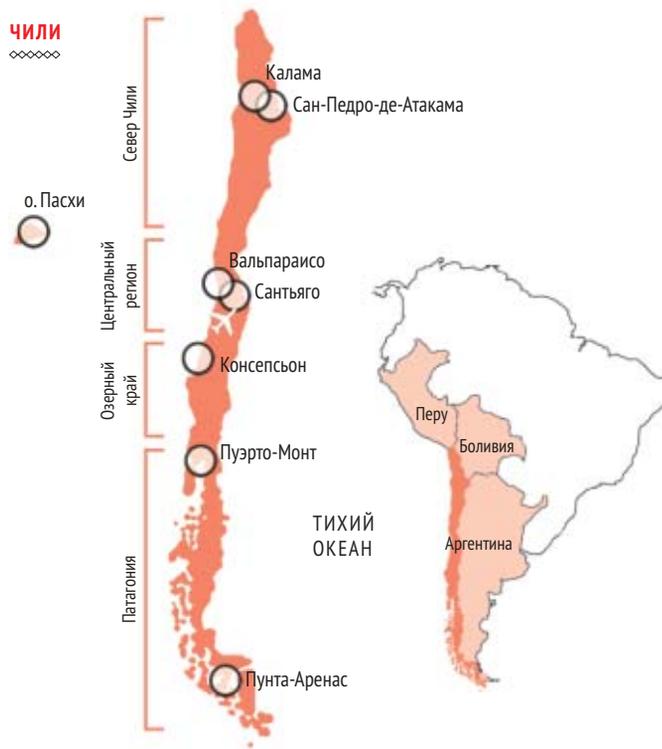
48% по сравнению с 2010 годом и составило почти 5 тысяч человек, а за период с января по сентябрь 2012 их было уже больше 5 тысяч.

Гостей приветствовал посол Чили в РФ Хуан Эдуардо Эгигурен. По его словам, все хоть раз побывавшие в стране испытали чувство неподдельного восторга и желание приехать еще. «С января 2011 года для граждан РФ визовый режим в Чили отменен, и россиянину нужно лишь приобрести авиабилет», — подчеркнул посол. Самый короткий путь займет чуть больше суток при перелете авиакомпаниями Air France или Iberia с одной стыковкой. Внутри страны хорошо развита сеть внутренних авиалиний. Они обслуживаются местной авиакомпанией LAN, одним из крупнейших перевозчиков во всей Южной Америке. С кратким рассказом о стране выступил заместитель директора PROCHILE Карлос Онорато: «Многие авторитетные мировые СМИ характеризуют Чили как направление must to be — то есть такое, которое просто необходимо посетить. Этому в наше беспокойное время весьма способствуют высокий уровень безопасности, фантастическое дружелюбие чилийцев, а также открытость экономики и стремление к внешним контактам. Чили — не только самое стабильное государство Латинской Америки, но и наиболее динамично развивающееся».

К Чили хорошо подходит определение «страна контрастов». Протяженность страны с севера на юг (4300 км) обуславливает огромное разнообразие природных ландшафтов: от тропиков — островов Пасхи и Робинзона Крузо — до вечных ледников Патагонии и Антарктиды. Страна условно делится на четыре природные макрзоны. Северную часть занимает Атакама — самая засушливая пустыня на земле, над которой возвышаются семитысячники Анд. Здесь наиболее известны колоритные Лунная долина и долина Марса с доисторическими петроглифами, солончаками и гейзерами. Южнее расположен наиболее урбанизированный центральный регион с такими городами, как Сантьяго, Вальпараисо и Консепсьон. По оценке путешественника Lonely Planet, по уровню развития инфраструктуры и безопасности Сантьяго в 2012 году входит в десятку лучших городов мира. В окрестностях множество полей для игры в гольф и национальных парков. Здесь, к югу от столицы по 14 винодельческим долинам проходят гастрономические маршруты. Кстати, Чили, помимо виноделия, славится и своей характерной кухней — сплавом индейских и европейских традиций. Еще



«Главной загадкой острова Пасхи остаются каменные статуи — моаи. Размеры их от 3 до 21 метра, а вес 10-20 тонн, но есть и настоящие гиганты весом до 90 тонн. Большинство статуй лежат незаконченные в каменоломнях или вдоль древних дорог. Некоторые застыли в кратере вулкана Рано-Рараку. Почему-то скульпторы прекратили свою работу внезапно. Все как будто остановилось в один момент, охваченное вихрем неизвестного катаклизма.»



южнее начинается живописный край озер и вулканов с прекрасными возможностями для занятия экстремальными видами спорта и рыбалкой, а также отдыха в спаленках. Крайний юг страны — Чилийская Патагония, место, не испытывавшее влияния цивилизации. Здесь расположены всемирно известные национальные парки «Торрес дель Пайне» и «Огненная Земля», по которым проводятся экскурсии различной степени сложности. Особняком — в прямом и переносном смысле этого слова — на расстоянии 3700 километров от материка, в Тихом океане стоит знаменитый по книге Тура Хейердала «Аку-Аку» остров Пасхи. Из-за своей загадочности и культурной неповторимости посещение острова чрезвычайно популярно у туристов, несмотря на удаленность. Чили — страна, прежде всего, активного, спортивного и приключенческого туризма. Повсюду здесь отличные условия не только для всевозможных пеших и конных походов, но и для занятия серфингом, рафтингом, каякингом, горными лыжами, не говоря уже об альпинизме. Уникальная особенность Чили — астрономические маршруты. Ведь в северной части страны, благодаря особым природным условиям, сосредоточено более 60% всех мировых астрономических мощностей. Некоторые обсерватории, например, Мамалука, открыты для всех гостей. В прошлом году страну посетило 3 млн иностранных туристов. В нынешнем году эта цифра была достигнута уже в сентябре. В 2014 году предполагается преодолеть 4-миллионный рубеж. Правительство Чили планирует повысить долю туризма в ВВП страны с нынешних 3,2% до 6% в 2020 году (для сравнения, по данным ВТО, в мировом ВВП туризм составляет 9,2%).

На семинаре прозвучали краткие выступления представителей четырех российских туроператоров, работающих на этом экзотическом направлении. Каждый продемонстрировал свое видение и особый подход к бизнесу. Jazz Tour занимается Чили 9 лет. Специалисты считают, что помимо активного отдыха российским туристам и здесь необходим хотя бы небольшой пляжный отдых. Компания «АРТ-ТУР» работает с Латинской Америкой три года, и Чили для оператора — одно из главных направлений индивидуального туризма. Базовый маршрут — «Сантьяго — Атакама — остров Пасхи». Предлагаются также комбинированные маршруты, включая в поездку соседние страны — Перу, Парагвай, Аргентину, например, «Буэнос-Айрес — Ушуайя — Пунта-Аренас — Сантьяго». В компании «Тур-экспресс», напротив, делают акцент на групповых маршрутах для тех, кто все-таки считает деньги. Так, полная стоимость тура по всем регионам страны и даже с посещением острова Пасхи со всеми перелетами начинается от 130 тысяч рублей. Компания работает на направлении с 2000 года. В компании «Квинта Тур» считают, что Чили — страна настолько уникальная и живописная, что даже за две недели многое остается «за кадром». Поэтому комбинировать Чили с другими странами не нужно, не стоит добавлять горные лыжи и пляжный отдых, так как в страну едут в основном из-за природных красот. У тех, кто мечтает побывать на земле Антарктиды, пользуются спросом однодневные авиатур на острова Короля Георга из Пунта-Аренас и обратно.

ТУРИСТСКИЕ ПРИБИТИЯ В ЧИЛИ*

Январь — март



* — тысяча человек

Источник: Sernatur



Регги без остановки

1 января состоится первый в истории прямой рейс из Москвы на Ямайку (курорт Монтего-Бей). Его выполнит авиакомпания «Трансаэро». Большинство кресел на рейсе забронировано туроператором «Библио Глобус».

ТЕКСТ МИХАИЛ ШУГАЕВ

В преддверии начала новой программы в столице прошла пресс-конференция, в которой приняли участие специально прибывшие в Москву руководители туризма карибского острова — министр по туризму Ямайки Вайкхем Макнил, директор по туризму Ямайки Джон Линч, атташе по туризму Патрисия Сэмюэльс, управляющий директор компании «Библио Глобус» Александр Туголуков и директор по продажам компании «Трансаэро» Роман Вдовенко.

По словам Александра Туголукова, планируется, что вылеты будут производиться раз в 10 дней до конца марта (с возможной пролонгацией программы), так что оператор планирует в первый год выполнить 9 рейсов и отправить на Ямайку до 3 тысяч туристов. Время в пути до тропического острова составит около 13 часов, в компоновке лайнера предусмотрен бизнес-класс. Часть билетов перевозчик пустит в свободную продажу, а также отдаст для реализации своей дочерней компании «Трансаэро Тур Центр».

Опубликованная стоимость будет не выше аналогичных доминиканских программ. При этом на Ямайке огромное число гостиниц и вилл самого разного уровня. В отличие от Доминиканы, где наши операторы работают в основном с большими 5-звездными отелями, здесь есть возможность выбрать размещение практически любого уровня.

Главное сейчас, по мнению руководителя «Библио Глобуса», — ликвидировать определенный информационный вакуум, в котором находятся агентства, пока что плохо знающие туристические возможности Ямайки.

ЧТО ПОСМОТРЕТЬ

Один из главных туристских центров Ямайки — город Монтего-Бей с его знаменитыми песчаными пляжами и многочисленными отелями. Именно здесь расположен и главный международный аэропорт страны, куда будут прилетать рейсы «Трансаэро».

В известняковых горах на целебных минеральных источниках работают и бальнеокурорты — Балаклава и Юартон.

Памятников колониальной эпохи на Ямайке немного. В старой столице Спаниш-Таун (в прошлом — Сантьяго-де-ла-Вега) заслуживает внимания барочный собор Сантьяго. Нынешняя столица острова Кингстон — современный город, не слишком богатый памятниками истории. Для любителей экзотики особый интерес представляет расположенная в труднодоступном районе Кокпит-Кантри местность, с XVIII века заселенная марунами — потомками беглых рабов, которые доньше практикуют магические ритуалы. Среди музеев острова самый посещаемый, конечно же, — дом-музей легендарного музыканта Боба Марли.

»»» Главный сектор экономики Ямайки — сфера обслуживания. Основной источник конвертируемой валюты — прием и обслуживание туристов (20% ВВП).



«»» Атташе по туризму Ямайки ПАТРИСИЯ СЭМУЭЛЬС, управляющий директор компании «Библио Глобус» АЛЕКСАНДР ТУГОЛУКОВ, министр по туризму Ямайки ВАЙКХЕМ МАКНИЛ и директор по туризму Ямайки ДЖОН ЛИНЧ.

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

»»» Ямайка – островное государство в Карибском бассейне в составе Британского Содружества. Название происходит от искаженно-го индейского слова «хаймака», что буквально означает «остров родников».

»»» Климат – тропический, температура в течение года меняется незначительно и составляет +24–25°C в январе и +26–27°C в июле.

»»» Основным разговорным языком является ямайский креольский язык («патуа») на основе английского, официальный язык – английский.

ГЛАВНАЯ МЕЛОДИЯ

Во всем мире с начала 1970-х годов остров Ямайка ассоциируется с музыкальным стилем регги, который невозможно спутать с каким-либо другим музыкальным направлением. Судя по всему, название происходит от английского словосочетания regged rhythm – «рваный» ритм. Особый раскачивающийся ритм регги создается ударением на слабые доли такта (2-ю и 4-ю вместо традиционных 1-й и 3-й) и ведением мелодии бас-гитарой. Стиль регги тесно связан с так называемым растафарианством. Последователи этой

религии уверены, что африканцы – богоизбранный народ, все библейские персонажи были чернокожими, библейский Вавилон – это весь западный мир, а Земля Обетованная – вовсе не Израиль, а Эфиопия. Регги стал популярен благодаря творчеству легендарного Боба Марли (1945–1981). Он был правоверным растаманом и сегодня многие последователи этой религии даже считают его пророком. В мае 1980 года уже смертельно больной Боб Марли крестился в Эфиопской православной церкви в Кингстоне и взял новое имя Берхане Селласие (на амхарском – Свет Святой Троицы).

Министр по туризму Ямайки ВАЙКХЕМ МАКНИЛ: «Это страна вечного лета»

Очень символично, что именно сейчас принято решение о первом прямом перелете между Россией и Ямайкой. Дело в том, что именно в этом году Ямайка отмечает 50-летие своей независимости. Наш небольшой карибский остров пользуется огромной популярностью у туристов – ежегодно здесь отдыхает до 2 млн иностранных гостей и еще полтора миллиона посещают страну в ходе океанских круизов. Около 65% туристов –

американцы, ведь от Флориды до нас всего час полета. Еще 20% наших гостей – канадцы, затем идут англичане, немцы, жители Бразилии, Аргентины и Чили. Что привлекает туристов в нашей стране? Прежде всего, это сочетание «вечного лета», великолепной тропической природы, безмятежного пляжного отдыха и совершенно уникальной культуры – достаточно вспомнить всемирно известный музыкальный стиль регги. Я думаю, в вашей

стране знают имя нашего самого известного музыканта Боба Марли. Каждый год на фестиваль его памяти собираются десятки тысяч его поклонников со всего света. В течение года у нас проходит еще несколько крупных международных джазовых и регги-фестивалей. Наверное, это самые интересные культурные события, которые я мог бы порекомендовать посетить российским туристам. Правда, россиян пока к нам приезжает немного – около двух тысяч

человек в год. Но теперь, после запуска прямых рейсов, ситуация наверняка изменится. Сейчас мы готовим специальную маркетинговую стратегию по продвижению нашего острова на российском рынке. Она, вероятно, будет включать и определенную финансовую поддержку нового рейса. Наряду с «Библио Глобусом» и «Трансаэро» мы также намерены наладить сотрудничество с другими российскими туроператорами и перевозчиками.



Карибы — курорты и поклонники

В последние годы отдых в Доминикане и на Кубе стал по-настоящему массовым турпродуктом в России. Наши соотечественники постепенно открывают для себя и другие острова Карибского бассейна. Операторы, работающие в этом сегменте рынка, не сомневаются в том, что зимний сезон пройдет успешно.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

»» **34** тысячи туристов из нашей страны, по данным Ростуризма, посетили Кубу в первом полугодии 2012 года. Увеличение турпотока по сравнению с первым полугодием 2011 года составило 20%.

РАСТЕТ БЛАГОСОСТОЯНИЕ

По мнению ведущих операторов, увеличению популярности Кубы и Доминиканы на отечественном туррынке способствует целый ряд факторов: прямые перелеты, безвизовый въезд, хорошая отельная база, доступные цены.

«Туристы «вырастают» из Турции и Египта, растет доход людей, они хотят новых впечатлений. Можно с уверенностью говорить о том, что Куба и Доминикана стали массовыми направлениями», — говорит генеральный директор компании «Евробизнестур» Ирина Гутара.

По свидетельству исполнительного директора American Travel Company Елены Губаревой, сегод-

ня также отмечается повышение спроса на другие курорты региона. Это острова Барбадос, Антигуа и Сент-Люсия — все они безвизовые для россиян, а также Карибское побережье Мексики, где насыщенную экскурсионную программу можно сочетать с отдыхом на роскошных пляжах Канкуна и Ривьеры Майя. Отдых на Ямайке, Багамских островах, Барбадосе, Сен-Бартельми, Антигуа, Сент-Люсии, островах Теркс и Кайкос стоит ненамного дороже, но добраться сюда можно только с пересадками в Европе или США.

По оценке руководителя департамента стран Карибского бассейна компании «Нева» Ирины Абуловой, основной потребитель данного продукта — туристы с достатком выше среднего. Впрочем, ситуация

постепенно меняется: полетные программы расширяются, соответственно, уменьшается стоимость перелета. Поэтому отдых на Карибах становится более доступным. В прошлом году большинство заказов было на доминиканские курорты, этой зимой оператор ожидает увеличение турпотока в Мексику.

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ

Наиболее востребованные туристические направления Карибского региона — Доминиканская Республика, Мексика и Куба. Причинами такой популярности можно считать прямую чартерную авиаперевозку и разнообразную отельную базу с полюбившейся нашим соотечественникам системой «все включено».

«Многие любители теплого моря и шелковистого песка, повторно желающие провести свой отпуск на Карибском побережье, обращают свой взор и на другие острова региона. Наличие отелей уровня deluxe, хороший сервис, безвизовый въезд и более высокий уровень жизни населения привлекают туристов на Барбадос, Антигуа, Сент-Люсию, Багамские острова, Ямайку», — рассказывает Ирина Абулова. По оценке Ирины Гутары, самое популярное место отдыха российских туристов на Кубе — курорт Варадеро, который предлагает широкий выбор отелей уровня 4–5 звезд. Сюда выполняет рейсы авиакомпания «Трансаэро». Время трансфера до отелей — около 30 минут, в то время как из Гаваны, куда прилетает «Аэрофлот», добраться до Варадеро придется примерно два с половиной часа. Все больше туристов спрашивают комбинированные туры «Гавана плюс Варадеро» или отдых на островах Санта-Мария, Кайо-Коко, Кайо-Гильермо.

Главный курорт Доминиканской Республики — Пунта-Кана. Здесь также хорошая отельная база, трансфер из аэропорта занимает 30 минут. По словам Натальи Периной, курортам Канкуна чаще всего отдает предпочтение молодежь, тогда как любителей романтического отдыха больше привлекают курорты Ривьеры Майя.

На Ямайке, по оценке специалистов «Евробизнестур», у молодежи и пар очень популярен курорт Негрил. Здесь работают ночные клубы и рестораны, есть хорошие пляжи и все, что нужно для отдыха. На Барбадосе наиболее популярно западное побережье, где сосредоточены лучшие отели из той немногочисленной базы, которая есть на острове. Пляж в этой части острова имеет оттенок платины. На Багамских островах россиян привлекает столица, а также остров Экзума.

КУРОРТЫ КАРИБСКОГО МОРЯ



КОМБИНАТОРИКА ДЛЯ ВСЕХ

По мере роста интереса туристов к Карибам растет и спрос на комбинированные программы с посещением Северной Америки. «В предстоящем сезоне наша компания уделит большое внимание относительно новому турпродукту на карибском направлении — комбинированным турам США плюс Карибские острова. Самый популярный у российского туриста американский мегаполис — Нью-Йорк — очень удобно комбинировать с отдыхом на Карибских островах и Мексиканской ривьере», — рассказывает Елена Губарева. АвиAPERелет из Нью-Йорка на большинство карибских курортов непродолжителен — менее пяти часов, а перелет из Майами займет от полутора до трех часов. Это хорошая альтернатива перелету через Европу с возможностью разнообразить свое путешествие.

Для искателей разнообразных впечатлений идеальны морские круизы по Карибам. Лайнеры ведущих круизных компаний еженедельно отправляются в путешествие из Флориды. Это прекрасная возможность за небольшой промежуток времени увидеть несколько островов, проникнуться их самобытной атмосферой и, возможно, выбрать место для следующего отпуска, ведь «возвратность» туристов на направлении растет с каждым годом.

Необходимо отметить направление, набирающее популярность, — Пуэрто-Рико. Прекрасные пляжи и карибский колорит сочетаются здесь с американским уровнем сервиса и абсолютной безопасностью. Комбинированные туры США плюс Мексика также считаются перспективной новинкой, ведь въезд в Мексику возможен по американской визе.

ВИЗОВЫЕ НОВОСТИ

>>> В этом году острова Теркс и Кайкос снова стали визовыми. Однако если заявитель имеет действующую визу США, Канады или Великобритании, то отдельная виза для их посещения не требуется.

>>> Росту турпотока в Доминиканскую Республику должно способствовать упрощение визовых формальностей. Ранее срок действия паспорта россиянина на момент выезда из страны должен был быть не менее месяца. Теперь это правило отменили.

»» **98,3**

тысячи туристов из РФ отдохнули в Доминиканской Республике в январе — августе 2012 года. Это на 31,3 тысячи человек больше, чем за аналогичный период годом ранее.

ОСТАНОВКИ В ПУТИ

Самая большая проблема, с которой операторы сталкиваются при организации туров на Карибы, — это пересадка с одного авиарейса на другой в Лондоне, ведь на большинство Карибских островов через британскую столицу летают авиакомпании British Airways или Virgin Atlantic. Туристы не готовы делать транзитную визу с личным присутствием в посольстве. Можно воспользоваться уступкой пограничной службы в аэропорту Лондона, обеспечивающей безвизовый въезд в страну с пребыванием в ней не более 24 часов, но на это соглашаются далеко не все.

«Туристам проще поменять страну отдыха, чем собирать документы или рисковать деньгами в случае, если их не пустят в страну, так как данная уступка действует на усмотрение пограничных служб», — полагают столичные операторы. На комбинацию авиакомпаний Lufthansa плюс Condor с хорошими стыковками во Франкфурте также трудно рассчитывать: там попросту не бывает мест, ведь немцы, как и остальные европейцы, планируют свои поездки заранее, в отличие от большинства россиян.

По мнению Ирины Абуловой, сейчас достаточно большой объем прямой авиaperевозки из Москвы в Доминикану, на Кубу и в Мексику. До остальных островов Карибского региона можно добраться через основные европейские аэропорты.

КАРИБСКИЕ ПРОГНОЗЫ

По оценке ведущих операторов, в этом сезоне Куба и Доминикана останутся лидерами спроса — пока у них нет реальных конкурентов в регионе. «Остальные острова, к сожалению, не смогут рассчитывать на большой турпоток в ближайшем будущем. Наша компания получает постоянные запросы на отдых на различных островах Карибского региона. Мы прорабатываем маршруты, делимся собственным опытом, пытаемся по мере сил увеличить поток туристов в этот замечательный регион», — рассказывает Ирина Гутара. Что касается Мексики, то, по оценке Ирины Абуловой, в нынешнем сезоне турпоток сюда вырастет в два — два с половиной раза.

ART TOUR
туроператор с 1992 г.
представляет Карибские острова

Ямайка

Багамы

Барбадос

ТУРЫ НА
НОВЫЙ ГОД
И КАНИКУЛЫ!

(495) 980-21-21 www.arttour.ru

Руководитель отдела Латинской Америки компании «АРТ-ТУР» **ТАТЬЯНА ДУЛЬНЕВА**

Основной потребитель карибского турпродукта — туристы с доходом выше среднего. Это связано со сравнительно высокой стоимостью авиаперелетов. Самые популярные курорты в Мексике — Канкун и Ривьера Майя, в Доминикане — Пунта-Кана, где наибольший выбор отелей, отличное море и прекрасный сервис на русском языке. На Ямайке востребован курорт Монтего-Бэй, где туристов ждут хорошие пляжи и всевозможные развлечения. На Багамах — остров Парадайс, он уже известен на рынке и для его посещения не требуется дополнительных внутренних перелетов. В этом году упростилось получение визы на остров Сен-Бартельми (при наличии открытой мультивизы Франции виза сюда не требуется).

Для наших туристов бывает проблемой бронирование тура на высокий новогодний сезон в последний момент, когда уже нет мест на рейсах и номеров в отелях.

Директор департамента выездного туризма компании «КМП групп» **ЕКАТЕРИНА ЕФИМОВА**

Главные туристические направления в Карибском регионе в этом году — Ямайка, Барбадос, Доминикана и побережье Мексики. Основной клиент — пары, семьи с детьми. В этом сезоне открылись новые отели, которые имеют большой потенциал на российском рынке. Особенно стоит отметить отель Paradissus Cancun и шикарный комплекс Rosewood Mayakoba на курорте Ривьера Майя. По нашим наблюдениям, выросло число авиарейсов в Канкун. Отдых на Барбадосе и Ямайке очень удобно совмещать с посещением США и, соответственно, лететь туда через Соединенные Штаты. Это, кстати, иногда бывает дешевле, чем перелет через Европу.

Большой мир Микронезии

Микронезия — часть Океании, которая находится на западе Тихого океана и включает такие страны и зависимые территории, как Гуам, Северные Марианские острова и Республика Палау. Для знакомства с туристской инфраструктурой региона некоммерческое партнерство Visit USA Russia организовало ознакомительную поездку для турфирм и профильных СМИ.

ТЕКСТ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

НА КРЫЛЬЯХ KOREAN AIR

Северные Марианские острова давно облюбовали жители российского Дальнего Востока. Как правило, они летят через Сеул самолетами корейских авиакомпаний Korean Air и Asiana Airlines. Время перелета составляет около 6,5 часов, что значительно меньше, чем при полетах в Египет или страны Карибского региона, которые считаются местами круглогодичного пляжного отдыха. Для жителей европейской части России рейсы компании Korean Air также являются оптимальным вариантом, чтобы попасть на острова Микронезии. Перелет из Москвы до Сеула длится 8–9 часов; от Сеула до Гуама или Сайпана — около 4 часов; от Сеула до Палау — 5 часов. Если оформить транзитную корейскую визу, можно использовать время стыковки для осмотра Сеула. Желющие могут сделать и более продолжительную остановку, чтобы лучше познакомиться с Кореей.

ГУАМ

Остров Гуам расположен в западной части Тихого океана. Он входит в архипелаг Марианских островов и является частью США. Это самый большой из островов Микронезии, обладающий развитой туристской инфраструктурой.

По словам Джоан Камачо, генерального директора Туристического бюро Гуама, в течение года остров посещает около 1,2 млн иностранных туристов. В 2010 году на Гуаме отдохнуло 422 россиянина, в 2011 году — 632, а на конец октября 2012 года эта цифра составила уже 2600 человек. Чтобы стимулировать турпоток из России, туристическая администрация острова обратилась в правительство с предложением ввести безвизо-



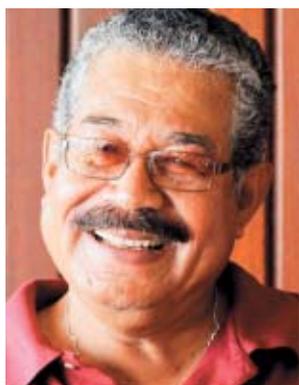
вый режим для россиян. Просьба была удовлетворена. Согласно новым правилам, срок пребывания россиян на острове может составлять 45 дней. В результате нововведения турпоток из России вырос в 4 раза. На Гуаме представлены как местные отели, так и гостиницы международных цепочек. Это, например, Hyatt Regency Guam и The Westin Resort Guam, имеющие великолепные пляжи на побережье залива Тумон. Остров имеет богатую историю и живописную природу, что позволяет формировать разнообразные экскурсионные программы. Туристы посещают испанский форт Соледад, Губернаторский комплекс, кафедральный собор Святой Марии, мыс Двух влюбленных, Океанариум, музей Второй мировой войны. С древними постройками коренного народа чаморро можно познакомиться в Парке камней латтэ. Из природных достопримечательностей стоит посмотреть каскад водопадов Талоффо. Среди предложений местных турфирм — прогулки к дельфинам, глубоководная рыбалка на тунца, махи-махи и рыбу-меч, погружение на подводной лодке «Атлантик», дайвинг, полеты над островом на самолете. Из экзотических развлечений стоит отметить Sea Walker — прогулку по дну океана на глубине 12 метров в гидрошлеме. Детям понравится аквапарк Tarza, а взрослым — спуск со склона в шаре (зорбинг). Лучшее место для знакомства с традициями местного населения — Деревня чаморро с многочисленными кафе



Рота — самый мистический остров из Северных Мариан. На неприступных утесах гнездится множество диковинных птиц, а впереди, в сорока милях лежит глубочайшая Марианская впадина.



В 4 раза увеличился турпоток из России на Гуам после введения безвизового режима посещения острова россиянами.



»»» В рамках тура с российскими операторами и журналистами встретился Джонсон Торибионг — президент Республики Палау. Он рассказал о государственной программе охраны природы, которая считается национальным достоянием. Джонсон Торибионг отметил, что подводная флора и фауна на архипелаге за последние 15 лет совершенно не изменились, что в настоящее время является огромной редкостью. 80% доходов Республики Палау обеспечивает индустрия гостеприимства.

и сувенирными лавками. Среди вечерних развлечений наверняка запомнится шоу Dream в «Песочном замке». Трюки китайских акробатов выходят за пределы человеческих возможностей, а иллюзионисты заставляют поверить в существование параллельных миров. Очень красочно вечернее национальное шоу в отеле Pacific Islands Club Guam. Если вы попадете на местный деревенский праздник, посвященный какому-либо святому, это будет «праздник живота» с возможностью попробовать блюда настоящей чаморрской кухни.

Благодаря статусу зоны беспошлинной торговли, на Гуаме процветает шопинг. Известные бренды и предметы роскоши можно приобрести в торговом центре DFS Galleria Guam. Аутлет GPO специализируется на продаже товаров с большими скидками. Магазин K-mart известен своими умеренными ценами. Крупнейшим торговым центром на Гуаме считается Micronesia Mall, на территории которого расположены магазины известных американских производителей.

САЙПАН

Сайпан — второй по величине остров в архипелаге Марианских островов. Он также является территорией США и безвизовой зоной для россиян. Туристы посещают также острова Тиниан и Рота, но на Сайпане находится наибольшее число отелей и фирм, предлагающих экскурсионное обслуживание и активный отдых. На сегодняшний день количество туристов из России составляет 1% от общего числа гостей. Пока что лидером остается Япония, за ней следует Южная Корея.

По мнению Татьяны Бабаута, менеджера по маркетингу турафиса Содружества Северных Марианских островов, одна из главных причин популярности Сайпана среди российских туристов — высокая степень безопасности. Здесь нет преступности. Практически сведена на нет вероятность заболеть каким-либо инфекционным заболеванием, поскольку действуют очень жесткие санитарные нормы. На островах нет никаких хищных животных и насекомых, представляющих опасность для человека. Все пляжные зоны окружены коралловыми рифами, поэтому в лагуны не могут попасть акулы и другие крупные обитатели океана. Благодаря барьерным рифам и расположенной поблизости Марианской впадине острова никогда не подвергались удару цунами.

Больше всего российских туристов приезжает с Дальнего Востока — Сахалина, Хабаровска и Владивостока. Меньше прибывает гостей из европейской части страны, но их число постепенно увеличивается. В целом отмечается стабильный ежегодный рост числа россиян. Это обусловлено, в частности, тем, что на Северных Марианских островах удается совместить высокий уровень сервиса с тропической экзотикой, чего не могут предложить многие другие страны азиатского региона. Среди самых роскошных отелей острова стоит отме-

тить Hyatt Regency Saipan, отличающийся великолепным дизайном интерьеров. У российских туристов популярностью пользуется Fiesta с прекрасным пляжем и рестораном. Pacific Islands Club Saipan имеет большой водный центр и идеально подходит для семейного отдыха. Здесь даже есть специальные номера, где маленьким гостям предоставляют пижамы и игрушки. Курорты Aqua Resort Club и Marianna Resort предлагают виллы и номера бунгального типа, а также располагают прекрасными спа-центрами. Отель World Resort отличается широким ассортиментом номеров и самобытным дизайном. Желающие могут также снять виллу в глубине острова, в тихом живописном месте.

Среди рукотворных достопримечательностей стоит отметить храм Маунт Кармель, пещерный храм Святой Лурдес и бывший командный пункт японских войск. Природных достопримечательностей значительно больше — это огромная прибрежная пещера «Гротто», утесы «Банзай Клиф» и «Суисайд Клиф». Во время Второй мировой войны остров был театром активных боевых действий, поэтому на дне у берега до сих пор покоятся сбитые самолеты и затонувшие корабли. Кое-где из воды возле пляжей торчат танковые башни. Все это привлекает сюда дайверов со всего мира.

Популярным местом отдыха с возможностями снорклинга и дайвинга является крохотный остров Манагаха, куда ходит паром. Время в пути — не более 15 минут. Впечатляет шоу иллюзионистов в «Песчаном замке». Но еще большее впечатление производят гонки по джунглям на багги.

Неподалеку от Сайпана расположен крупный остров Тиниан. Попасть на него можно на небольшом шестиместном самолете. С высоты хорошо видны взлетные полосы бывшего военного аэродрома. Во время Второй мировой войны именно отсюда взлетали американские бомбардировщики для нанесения атомного удара по Хиросиме и Нагасаки. Сейчас здесь работает мемориальный комплекс. Туристы посещают остров, чтобы увидеть редкое природное явление под названием Blow Hole — необычный гейзер, выбрасывающий высоко вверх столб морской воды. На острове прекрасные уединенные пляжи и живописная природа. На Тиниане действует отель-казино Tinian Dynasty. Он так популярен среди китайцев, что из Шанхая сюда организуют чартерные рейсы.

ПАЛАУ

Республика Палау — островное государство, расположенное в Тихом океане к востоку от Филиппин и северу от Индонезии. Природные ландшафты островов и прибрежных зон по праву считаются одними из красивейших в мире и являются излюбленным местом дайверов и любителей снорклинга всего мира. Почти 80% доходов государства приносит туризм.



«<<< Коренные обитатели Сайпана чаморро приветливы и беззаботны.

«<<< У всех отелей залива Тумон на Гуаме прекрасные пляжи.

По словам Кадой Рулукед, менеджера по маркетингу Туристской администрации Палау, в течение года архипелаг посещают порядка 190 тысяч туристов. Преобладают гости из Японии, Южной Кореи, Тайваня и США. В нынешнем году знакомиться с местным подводным миром приезжал известный музыкант и дайвер Андрей Макаревич.

В настоящее время турадминистрация Палау делает акцент на привлечение туристов из России и Китая, поскольку считается, что эти страны являются более благополучными в экономическом отношении, а их население имеет финансовые средства для отдыха. «Российские туристы много путешествуют по миру, бронируют отели высокого уровня, активно тратят деньги на развлечения и экскурсии, что весьма привлекательно для нашей экономики», — подчеркивает Кадой Рулукед. Отели Палау отличаются великолепным сервисом. Большинство из них расположено не на побережье и не имеют пляжей. Палау — это, прежде всего, место для дайверов, любителей снорклинга и желающих любоваться необычными пейзажами. Есть несколько гостиц с собственными пляжами, а из номеров остальных отелей открываются живописные виды на океан. Отель Palasia расположен в центре города Корор. Его спа-центр отличается привлекательными ценами и хорошим качеством массажа. Гостиницы The Carolines Resort, Rose Garden Resort и Palau Plantation Resort предоставляют возможность остановиться на отдых в комфортабельных виллах и бунгало среди зарослей тропических растений. Отели Palau Royal Resort и Palau Pacific Resort имеют великолепные пляжи. В Короре действует Национальный музей Палау с хорошим сувенирным магазином. Желающие могут совершить морской круиз на теплоходе с ужином и фольклорным шоу. Популярностью пользуется каякинг. В местном дельфинарии можно обучиться основам дрессировки дельфинов. Любителей экстрима заинтересует джип-сафари. Туристы обязательно посещают залив Milky Way, дно которого покрыто слоем белоснежной глины, обладающей целебными свойствами. Среди уникальных возможностей Палау — погружение в озеро Медуз. Водоем с морской водой размером 500 на

200 метров образовался на небольшом острове. В замкнутом объеме оказалось около 2 млн медуз, которые в результате эволюции утратили стрекательную функцию. Благодаря этому можно безопасно поплавать среди огромного количества пульсирующих золотых шаров, что оставляет незабываемые впечатления.

Еще более сильные ощущения испытываешь, когда плаваешь в океане среди акул в первом в мире заповеднике этих легендарных представителей морского мира. Грозные хищники находятся здесь под защитой государства и не остаются в долгу — случаи нападения на человека в новейшей истории страны неизвестны. Во время ознакомительного тура с российскими операторами и журналистами встретился Джонсон Торибионг — президент Республики Палау. Он рассказал о государственной программе охраны природы, которая считается национальным достоянием. Джонсон Торибионг отметил, что подводная флора и фауна на архипелаге за последние 15 лет совершенно не изменились, что в настоящее время является огромной редкостью.

ЕЛЕНА ГУБАРЕВА,
исполнительный директор «Американской
Компании Путешествий», Москва

Гуам — настоящая Америка, представленная на небольшом острове в Тихом океане. Здесь качественный сервис, полная безопасность, неплохая отельная база. Остров Сайпан подходит для отдыха с детьми в расчете на средний бюджет. Палау отличается потрясающей природой. Это место, где можно почувствовать себя Робинзоном в комфортных условиях.

ДАРЬЯНА БОЯРИНЦЕВА,
исполнительный директор туристической
компании «Агентство.001», Москва

Прибрежная зона Гуама отличается богатым подводным миром — здесь достаточ-

но иметь маску и трубку, чтобы увидеть кораллы и крупных рыб поблизости от берега. На острове понравилось дружелюбное отношение к туристам. Нет навязчивого сервиса, когда торговцы тянут за рукав в магазины.

АЛЕКСЕЙ ВЕСЕЛКИН,
коммерческий директор компании
«Америка трэвел», Москва

Жители Микронезии отличаются искренней доброжелательностью. В этих странах нет нищеты, все живут в достатке, потому чувствуешь себя комфортно. Здесь все готовы помочь — от уборщика в аэропорту до директора отеля, причем делают это от души, а не за чаевые.



Мальта: теплый комфорт

Несмотря на то, что пока большая часть туристов отдыхает на Мальте в теплое время года, интерес к посещению архипелага зимой постепенно растет. В это время года здесь очень комфортные климатические условия, а товары и услуги предлагаются гостям со значительными скидками.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Зимний фестиваль в Фано.



Расслабленные зноем, сиейстой и морской водой, летом туристы могут так и не узнать настоящей Мальты. Как отмечает руководитель отдела Испании, Карибского бассейна и Мальты компании «Нева» Ирина Абулова, зимой любителей пляжей сменяют туристы, ориентированные на экскурсионно-познавательный отдых. Языковые школы привлекают гостей, изучающих или совершенствующих свой английский. «Конечно, спрос зимой намного ниже, чем летом — все-таки пляжный сезон в начале октября уже заканчивается. Но мальтийцы это прекрасно понимают, и для привлечения отдыхающих существенно снижают цены на проживание. В низкий сезон мы отправляем на Мальту примерно 12–15% от общего количества туристов», — рассказывает директор по маркетингу компании Insight-Lingua Анастасия Романенко.

Этой зимой расписание полетов из Москвы на Мальту очень удобное. Рейсы выполняются дважды в неделю из Домодедова. Вылеты ранние, что дает возможность начать знакомиться с архипелагом уже в день прибытия.

«Если зимой вам хочется поехать в страну, где в это время будет не жарко и не холодно, если вы хотите подышать морским воздухом и ищите место, где много достопримечательностей, если вы заинтересованы в новых впечатлениях, то вам — на Мальту», — уверен глава Мальтийского управления по туризму в РФ и странах СНГ Энтони Каруана.

МАЛЬТА СОБЫТИЙНАЯ

Небольшая территория страны — большой плюс с точки зрения развития событийного туризма. На Мальте всегда происходит что-то интересное — фестиваль, феста, концерт, спортивное состязание. И все это рядом — не более чем в полчаса пути на такси, автобусе или даже пешком. Из международных зимних мероприятий нужно отметить вручение премии Европейской киноакадемии European Film Awards. В 2012 году эта церемония прошла на Мальте уже в 25-й раз. 13 декабря отмечается День Республики. 30 декабря проходит парад In Guardia в форте Сент-

Эльмо. С 9 по 26 января Фестиваль Барокко в Валлетте приглашает всех любителей музыки, танца, театра и оперы. В феврале на архипелаге состоится красочный Мальтийский карнавал.

ЛУЧШЕЕ ВРЕМЯ ДЛЯ ЗНАНИЙ

Лучшее время для изучения английского языка взрослыми на Мальте — период с ноября по март. С началом учебного года снижаются цены на проживание в отелях, становится меньше детворы. Можно спокойно получать знания, не отвлекаясь на посторонние дела. Зимой на Мальте скидки на обучение составляют до 20%. Студенты, приехавшие вдвоем, могут рассчитывать на 10%-ную скидку, как и те, кто уже обучался в этой школе ранее.

ПОСМОТРЕТЬ ЗИМОЙ

Комфортность зимней мальтийской погоды располагает к долгим вдумчивым экскурсиям по многочисленным местным историческим достопримечательностям. Возраст самых древних памятников человеческой цивилизации на Мальте составляет не менее 5 тысяч лет. Это, в частности, архитектурные шедевры Хаджар-Им и Джгантия на острове Гоцо, подземные катакомбы гипогей Халь-Сафлини. По преданию, на втором по величине острове мальтийского архипелага Огигии (ныне — Гоцо) коварная нимфа Калипсо в «трехкомнатной» пещере держала в плену Одиссея, исполняя ему песни на арфе.

На Гоцо есть несколько неплохих музеев в цитадели Виктория, мощной крепости, возведенной рыцарями для защиты от набегов турков и североафриканских пиратов. С вершины холма, на котором возвышается цитадель, можно увидеть Сицилию, до которой всего 90 км. Церковь Богоматери Та Пину считается одной из красивейших на всем Мальтийском архипелаге. Множе-

ство местных достопримечательностей связаны с рыцарями-тамплиерами. В 1530 году Карл Пятый передал остров рыцарям Святого Иоанна, которые существенно изменили облик Мальты. Например, город Валлетта был основан именно ими. Это памятник позднего ренессанса, способный выдержать любое нападение. Здесь множество замечательных исторических монументов, в первую очередь — собор Святого Иоанна.

ОБЪЕКТЫ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА ЮНЕСКО НА МАЛЬТЕ

Святилище Хал-Сафлиени

Город Валлетта

Мегалитические храмы

Наслаждайтесь. Вы на Мальте. Великолепное сочетание культуры, приключений и отдыха. Солнечное утро, беззаботный полдень и первоклассная ночная жизнь. Моменты наслаждения, которые останутся с Вами навсегда.

airmalta*.com Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

МАЛЬТИЙСКИЙ КЛУБ

ICS TRAVEL GROUP М «ДОБРЫНИНСКАЯ» 748-48-47 (як.) www.icstrvl.ru	MELITA TOURS М «АРБАТСКАЯ» 411-9032, 867-4719 www.maltatour.ru	ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС+МФ М «МАГАТИНСКАЯ» 961-2725 www.travel-express.ru
ВАНД ИНТЕРНЭШЛ ТУР М «ТВЕРСКАЯ» 780-3661 www.vand.ru	НЕВА М «ТАГАНСКАЯ» 796-9444, 796-9448 www.nevatravel.ru	ТРИС-Т М «МАЯКОВСКАЯ» 739-2552 www.tris.td.ru
ДИАЛОГ М «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ» 730-2022 (як.) www.maltaresort.ru	СОЛВЕКС-ТРЭВЭЛ М «КРОПОТКИНСКАЯ» 956-1418 www.solvet.ru	ТРЭВЕЛМАРТ М «ТАГАНСКАЯ» 805-6336, 905-8515 www.mymalta.ru
ИНСАЙТ-ЛИНГВА М «НОВОСЛОБОДСКАЯ» 795-0822 www.il.ru	СТБ ТУРС М «СМОЛЕНСКАЯ» 636-5333 www.stbtours.ru	ТУРБЮРО МОСКВА М «КРОПОТКИНСКАЯ» 510-5510 (як.) www.tbmos.ru

Мальта - сокровенная тайна Средиземноморья
www.visitmalta.com

Панорама Плитвицких озер >>>
в провинции Кварнер.



Хорватия не отдалилась

С 1 апреля для въезда в Хорватию российским гражданам придется оформлять визы. Как сообщила на пресс-конференции в Москве заместитель министра иностранных дел Хорватии **АНДРЕА МЕТЕЛКО ЗГОМБИЧ**, такое решение было принято в связи с вступлением страны в Европейский Союз. Хорватия станет полноправным членом ЕС 1 июля 2013 года. До этого времени ей необходимо привести свое законодательство и визовые правила в соответствие с общеевропейскими требованиями.

ТЕКСТ
СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА,
СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

« Полагаю, что турпоток российских туристов из-за введения визы снизится. Для того чтобы это снижение было незначительным, хорватские визы нужно будет выдавать за 2–3 дня »

**ЕВГЕНИЙ
СУДЬБИН**

Генеральный директор компании
«Асент Трэвел»

« **Х**орватия максимально откладывала введение визового режима с Россией, — рассказала Андреа Згомбич. — Мы сделаем все возможное, чтобы визовый режим имел наиболее либеральный характер и как можно меньше повлиял на туристический обмен между нашими странами». В последние годы поток российских туристов в Хорватию постоянно рос. В 2011 году республику посетило 200 тысяч наших соотечественников, а летний сезон 2012 года стал самым удачным за всю историю российско-хорватского туризма.

О том, как с 1 апреля российские граждане будут получать хорватскую визу, рассказала Мая Теидер, начальник службы виз в визовом управлении МИДа Хорватии. Хорватская визовая система предполагает выдачу двух видов виз: транзитных и краткосрочных (тип С). Максимальный срок действия последней — 5 лет. Краткосрочная виза может выдаваться в туристических, культурных, спортивных, медицинских целях, а также для деловых или частных поездок и официальных визитов.

Размер консульского сбора составит 35 евро. При выдаче визы в сжатые сроки (три дня) эта сумма возрастет до 70 евро. Посещать Хорватию без визы смогут дети до 6 лет, а также супруги хорватских граждан, живущие в России. Будут выдаваться однократные, двукратные и многократные визы, срок выдачи визы — до 15 дней (на практике — около 5 дней), в отдельных случаях он может быть продлен до 30–60 дней. Заявления на получение хорватских виз начнут принимать уже в феврале. Как заверили представители хорватского МИДа, порядок получения однократных виз не будет отличаться от порядка получения многократных. Но для получения многократной визы турфирма должна будет представить необходимые документы, которые подтверждают эту необходимость. Планируется открыть и визовые центры, которые будут взимать плату за свои услуги, однако она не должна превышать половины стоимости визы. Посольство Хорватии продолжит принимать индивидуальные заявления для получения виз. Турагентства, аккредитованные при посольстве, будут играть роль посредников для подачи документов организованных туристов.

Взгляд с оптимизмом

Хорватия входит в Европейский Союз, что означает необходимость получения визы для российских граждан. Опыт других стран показывает, что в такой ситуации происходит снижение числа туристов на 10–15%. Корреспондент «ТБ» поинтересовался видением ситуации и другими новостями туристической страны у **МЛАДЕНА ФАЛКОНИ** – директора Национального туристического офиса Республики Хорватии в РФ.



Насколько удачным был минувший летний сезон для туристической отрасли Хорватии?

Результаты сезона 2012 года оказались рекордными. В последнее время наша республика стала туристическим лидером в регионе Средиземноморья. В этом сезоне прирост турпотока составил 11%. Число российских туристов также увеличилось — зарегистрировано 1,8 млн ночевков гостей из РФ. При этом сезон оказался удачным — без демпинга и пустых мест на самолетах. Выросло число регулярных рейсов. В Хорватию летали авиакомпании «Аэрофлот», «Трансаэро», S7 и другие. Это был последний год, когда для въезда в страну россиянам не требовалась виза, поэтому многие решили посетить Хорватию, что называется, в последнюю минуту.

Какие города и курорты наиболее популярны у россиян?

Как и все последние 10 лет, большинство российских туристов отдыхало в Истрии. Традиционно популярен Дубровник. Увеличился поток гостей, которые отдыхали на островах Хорватии и открыли для себя яхтинг на Адриатическом побережье. Весьма полезной оказалась инициатива Национального туристического офиса, который провел промоакции морских программ, о которых российские туристы мало знали.

Как сложилась ситуация с авиаперевозкой?

Объем перевозки из России в Хорватию был вполне достаточным. Но в середине лета туристы почувствовали недостаток авиабилетов на чартерные рейсы. А стоимость перелета на регулярных рейсах была очень высокая. Это был достаточно сложный момент, в следующем сезоне этому вопросу нужно уделить больше внимания.

Появляются ли в Хорватии новые привлекательные отели?

В последние два года инвестиционная ситуация в туризме замерла из-за экономического кризиса в Хорватии и в Европе в целом. За это время новых гостиниц открылось мало. Лучше обстоят дела в сфере строительства бутик-отелей и в частном секторе.

Таким образом, еще ощущаются барьеры в гостиничной инфраструктуре. Но мы надеемся, что уже в следующем году ситуация изменится к лучшему.

Какие акции проводились совместно с российскими туроператорами?

Национальный туристический офис Хорватии, как обычно, активно готовился к высокому сезону. Совместно с российскими компаниями мы провели много мастер-классов для турагентов — как в Москве, так и в регионах России. Организовали workshop с участием многих хорватских фирм. На нескольких туристических выставках Хорватия имела свой стенд. Мы проводили специальные обучающие семинары для сотрудников турфирм. Поддержка Национального туристического офиса Республики Хорватии была особенно важной при совместной рекламе с российскими туроператорами. Это дало отличные результаты. В этом году мы удостоились звания «Самый активный офис по туризму», что свидетельствует о большом уважении к нам со стороны российских партнеров.

Каков ваш прогноз на сезон-2013?

2013 год станет началом нового периода российско-хорватских отношений. Хорватия входит в Европейский Союз, что по правилам шенгенской зоны означает необходимость получения визы для российских граждан. Насколько это может повлиять на турпоток, пока трудно сказать. С другой стороны, нужно помнить, что в Хорватию едут туристы со средним достатком и выше. Как правило, это люди, которые привыкли решать визовые вопросы и принимать решения о своей поездке заранее. Так что мы верим, что проблем будет меньше, чем обычно. Министерство иностранных дел через посольство Республики Хорватии в Москве готовится технически решать визовые вопросы быстро и четко. Стоимость визы составит 35 евро, это не сильно отразится на расходах для туристов. Надеемся, что ситуация в следующем году будет нормальной.

>>> Как ожидается, ежегодно посольство Хорватии в РФ будет выдавать россиянам не менее 150 тысяч виз — это в три раза больше, чем выдают все другие консульства Хорватии, вместе взятые.

>>> **1,8** млн
ночевков гостей из РФ зарегистрировано в Хорватии в летнем сезоне 2012 года.

Дегустация Литвы

Новогодняя и зимняя Литва — одно из популярных и массовых направлений выездного туризма. В нынешнем сезоне многие россияне вновь выбрали литовские каникулы. Наши туристы все охотнее едут в Литву на лечение, в познавательные поездки. Туристов привлекают сельский, гастрономический туризм и, конечно, яркие праздники, фестивали, культурные события.

Собеседник «ТБ» — чрезвычайный и полномочный посол Литовской Республики в РФ **РЕНАТАС НОРКУС**.



БЕСЕДОВАЛ
СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

« Мы очень рады прорыву в сфере авиаперевозки. В этом году в Литву выполняются перелеты из всех аэропортов Москвы. «Аэрофлот», UTair, «Трансаэро» отправляют пассажиров в Вильнюс. В летние месяцы «Руслайн» выполнял полеты в Палангу. Хотелось бы, чтобы появился маршрут Москва — Каунас, — это обеспечит еще более удобное пассажирское сообщение между странами. Но это задача на будущее для всех нас, в первую очередь — для турбизнеса »»

**РЕНАТАС
НОРКУС**

Сколько туристов из России посетили Литву минувшим летом? С января по июнь 2012 года Литву посетили 90,4 тысячи российских туристов — на 43% больше, чем за аналогичный период годом ранее. Эти цифры предоставили гостиницы и другие объекты размещения. Значительно увеличившееся число выданных виз гражданам РФ также свидетельствует о росте турпотока: летом 2012 года визовые службы Литвы в России выдали на 20% больше виз, чем в летние месяцы 2011 года.

Какие города и курорты пользуются у россиян наибольшим спросом? Знакомство с Литвой чаще всего начинается со столицы. 57% всех иностранных гостей проживали в гостиницах Вильнюса. Дальше в рейтинге предпочтений путешественников идут Паланга и Друскининкай. Внимание путешественников из России также привлекли мероприятия Года культурного туризма 2012: ярмарка Казюкаса, Дни уличной музыки, фестиваль культуры «Да будет ночь», таинственная «Ночь в музее», Дни старинных ремесел в Тракайском замке, воскресные концерты камерной музыки «Вечера в Жутракисе».

Новая тенденция — российские гости появились в сельских усадьбах. Участие Ассоциации сельского туризма в выставке «Интурмаркет», праздничная апрельская презентация отдыха в усадьбах в посольстве, представление возможностей экотуризма в Литве на выставке «Отдых из первых рук» принесли отличные результаты. Все больше российских туристов приезжают в Литву за медицинскими услугами. Ассоциация медицинского туризма и Ассоциация частных медицинских учреждений Литвы при поддержке посольства Литвы проводят мероприятия в Москве, направленные на укрепление взаимовыгодных связей между лечебными заведениями и турфирмами.

Какие акции вы провели совместно с российскими туроператорами? Вместе с представителями туристических объектов мы проводили презентации для российских туроператоров, работающих с Литвой. Традиционно самые свежие новости сезона презентовались на деловой миссии в посольстве Литвы в марте. Почти 50 представителей всех курортов и самых интересных туристических объектов знакомились, обсуждали пути продвижения и возможности совместной работы на туристическом рынке России. В мае летние программы представляли Паланга и Нида. В марте для туроператоров был оригинально представлен новый туристический объект — обновленная гостиница «Ауска» на берегу Балтийского моря в Паланге. Мы рады, что презентации отдельных направлений туризма в Литве приобрели в этом году системный характер в российской столице. Это не только сельский туризм и санаторно-курортное лечение, но и сочетание экскурсионного, культурного туризма с медицинской экспресс-диагностикой. Вместе с Литовским деловым клубом, членами которого являются и туроператоры, работающие с Литвой, мы представляли возможности делового туризма, вместе работали в разных регионах России.

Появились ли в этом году в Литве новые отели и объекты инфраструктуры, заслуживающие особого упоминания? Их несколько. Это гостиница «Кемпински» в Вильнюсе, первая экогостиница в Каунасе. Прекрасное место для крупных мероприятий — «Парк гармонизации общества» в Пренайском районе вблизи Каунаса. Лучшим туристическим проектом, представляющим Литву в 2012 году, признан проект ХО Ринкушкяй «Путь пива». Ресторан «Алаус кяляс» (Путь пива) не только вкусно накормит гостей, но и проведет экскурсию по пивоварне, познакомит с производством напитка и предложит продегустировать местное пиво.

Механизм помощи

В столице в гостинице «Метрополь» с успехом прошел второй практический семинар Travel Business Day. Мероприятие, организованное юридическим агентством «Персона Грата», ИД «Турбизнес» и консалтинговой группой «Тревел Эксперт».

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

Заместитель председателя Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы Георгий Мохов посвятил свое выступление последним изменениям в отраслевом законодательстве. В законе появилось новое определение — «механизм оказания экстренной помощи туристам». Создано объединение туроператоров, целью которого является помощь «застрявшим» за границей туристам.

Эксперт рассказал о правилах вступления в объединение туроператоров и о суммах отчислений в компенсационный фонд. «В ближайшее время количество российских туроператоров сократится на одну треть или в два раза, — заявил Георгий Мохов. — Сейчас у многих операторов несколько юридических лиц, дублирующих друг друга. Кроме того, существует много нишевых операторов, которые работают только сезонно на конкретных направлениях. Для них сумма в 100 тысяч рублей, которую надо внести для вступления в объединение, слишком велика». Большой блок деловой программы был посвящен изменениям в бухгалтерском учете. Генеральный директор компании «Аудит контур» Елена Иванова напомнила, что с 1 января 2013 года вступает в силу новый закон о бухгалтерском учете. Это повлечет за собой изменение многих нормативных актов. Повысятся штрафы за ряд нарушений. Изменятся требования к главным бухгалтерам организаций, будут введены изменения по ведению бухгалтерского учета для предприятий малого бизнеса. Александр Байбородин, руководитель юридического отдела ЮА «Персона Грата», рассказал о штрафных санкциях в случае отказа от забронированных услуг. Эксперт пояснил, что если в зарубежной стране существует угроза жизни и здоровью туриста, и при этом МИД и Ростуризм выпустили соответствующие рекомендации, то при отказе от тура до начала поездки человек имеет право на полный возврат денежных средств. Если же рекомендаций нет, то средства туристу вернут, но за вычетом фактически понесенных расходов или предложат изменить договор, например, перенести дату поездки или перебронировать место отдыха.

Доклады Владимира Соцкова, начальника управления аудита и внутреннего контроля страховой компании «Мастер-Гарант», и его коллеги Елены Геец, директора филиала компании в Санкт-Петербурге, были посвящены проблемам страховой сферы. Владимир Соц-

ков рассказал о разделении ответственности и рисков страховщиков и турфирм. Теперь туроператор отвечает не только за себя, но и за деятельность и ошибки турагентств. Основанием для выплаты страхового возмещения является ущерб, возникший в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения туроператором обязательств по договору о реализации турпродукта. Но это не значит, что страховые компании отвечают за все предпринимательские риски. Кроме того, страховщики имеют право на регрессные иски по отношению к туроператору и могут требовать восстановления страхового покрытия.

По словам Елены Геец, российский туррынок нестабилен и нерентабелен. В прошлом году его покинуло шесть туроператоров, поэтому в страховой сфере существует определенное недоверие к турбизнесу. «Многие выступают за называемое «туристическое КАСКО», которое, кстати, очень востребовано в Европе. Это комплексное страхование от всех возможных рисков», — подчеркнула эксперт.

Заключительная часть семинара была посвящена правам и обязанностям туристических компаний.



>>> Генеральный директор страховой компании «Мастер-Гарант» **ЮРИЙ ВОЛОДИН** говорит о расширении продуктовой линейки в страховании туристов.



>>> Программа Travel Day предусматривает работу в формате «вопрос-ответ».



Борьба за независимых



**ЕКАТЕРИНА
ЕФИМОВА**

Директор департамента
выездного туризма
компания «КМП групп»



**ЕЛЕНА
АСТАНИНА**

Руководитель отдела
маркетинговых
коммуникаций компании
«Русский Экспресс»



**ЕВГЕНИЯ
КОМАРОВА**

Генеральный директор
туроператорской компании
«Клуб Путешествий
ПЕРСОНА»



ОКСАНА ФАСТ

Руководитель
Департамента наземного
обслуживания группы
компаний UTS

ЕКАТЕРИНА ЕФИМОВА

« Если агентство не будет бояться использовать новые инструменты при бронировании, оно сохранит своего туриста навсегда и приобретет новых клиентов. Видя, что в турагентстве работают всесторонне развитые, растущие над собой люди, турист будет рекомендовать такую фирму своим друзьям и знакомым. Если агент чего-то не знает, надо обратиться к нам за консультацией и не упустить выгодного клиента »»

1 Можно ли считать FIT-туры новинкой в отечественной туриндустрии?

Екатерина Ефимова

FIT-туры существовали всегда. Просто сейчас процент путешественников, выбирающих индивидуальные туры, стал больше.

Елена Астанина

Сложно назвать индивидуальные туры новинкой. Они всегда были востребованы во всем мире, в том числе и на отечественном рынке, а в последнее время становятся все более популярными. Туристы постепенно пресыщаются стандартными программами и предпочитают брать инициативу в свои руки, диктуя агентствам свои условия, создавая свое путешествие по индивидуальным меркам. Туры tailor-made предоставляют большую свободу, позволяют путешествовать в своем ритме, выбирать те услуги и маршруты, которые интересны именно вам.

Евгения Комарова

Я бы сказала, что это молодое направление в туризме. Число независимых путешественников (FIT — Full Independent Traveler) резко стало расти только с середины 1990-х годов. Сначала это было в основном привилегией богатых людей. В нашей стране сегмент индивидуального туризма я бы скорее назвала tailor made, поскольку наши соотечественники при выборе путешествия остаются зависимыми от многих факторов.

Индивидуальные туры, прежде всего, отличаются неординарностью и непредсказуемостью выбора клиента. Как правило, такой турист не довольствуется стандартным набором индивидуальных состав-

ляющих турпакета. Зачастую в набор его пожеланий входят совершенно нестандартные услуги: комбинированные перелеты, экстремальные виды развлечений, заказ билетов на спортивные и культурные мероприятия. Если туроператор серьезно занимается индивидуальным туризмом, неважно — выездным или внутренним, у него нет возможности заранее готовить отдельные элементы программы путешествия. Такую программу он разрабатывает для каждого заказчика индивидуально, исходя из его предпочтений.

Оксана Фаст

Наша компания всегда работала только с индивидуальными турами. Для нас новизна заключается в новых направлениях и маршрутах, идеях и услугах. Например, индивидуальные поездки в экзотические страны, туры на спортивные мероприятия по всему миру, тематические программы, привязанные к какому-либо культурному событию.

2 В чем заключается специфика FIT-туров, какие сложности возникают при работе в этом сегменте рынка?

Екатерина Ефимова

К сожалению, многие агентства боятся бронировать «непакетные» туры. Боятся ошибиться в расчетах или полагают, что клиент не будет ждать, пока ему просчитают индивидуальную программу. Иногда они думают, что индивидуальные туры всегда дороже пакетных. Все это не так. Опытный менеджер всегда может грамотно и профессионально объяснить клиенту, что лучше подождать сутки, чтобы получить

Термин FIT-туризм еще не получил широкого распространения в российском турбизнесе, большинство специалистов предпочитают называть его туризмом индивидуальным. Впрочем, дело не в терминологии, а в том, что среди клиентов турфирм становится все больше тех, кто предпочитает путешествовать в соответствии со своими запросами в отношении маршрута, проживания, питания. В заочном семинаре «ТБ» принимают участие директор департамента выездного туризма компании «КМП групп» **Екатерина Ефимова**, руководитель отдела маркетинговых коммуникаций компании «Русский Экспресс» **Елена Астанина**, генеральный директор туроператорской компании «Клуб Путешествий ПЕРСОНА» **Евгения Комарова** и руководитель Департамента наземного обслуживания группы компаний UTS **Оксана Фаст**.

качественное предложение, вместо того, чтобы получить стандартную «пакетную цену» в течение пяти минут, но в итоге сомневаться в качестве услуг.

Елена Астанина

Специфика индивидуальных туров заключается в том, что они формируются как конструктор: единое путешествие формируется из ряда услуг, которые бронируются отдельно, иногда у разных поставщиков. Таким образом, правильность подбора и формирования тура зависит от профессионализма всех сторон, участвующих в его создании: от агентства, туроператора, зарубежных партнеров. Успешность организации тура зависит от каждого звена этой цепочки. Такие туры создаются индивидуально и практически с нуля, поэтому стоят они, как правило, дороже.

Евгения Комарова

К сожалению, далеко не каждый менеджер может освоить эту премудрость — формирование персонального туристского продукта. Менеджер должен быть художником — тонким, умелым, творческим, умным, эрудированным человеком, трепетно относящимся к своей работе. Тогда он будет способен создать яркую картину путешествия, оставляющую след в душе туриста. Таких менеджеров очень сложно найти. Поэтому одна из главных задач, стоящих перед компанией, — это формирование менеджерского состава.

Главная задача менеджера — не продать тур, а учесть все пожелания клиента, удивить его, сориентировать в выборе отдыха. Одной из специфических особенностей работы с индивидуальными туристами являются значительные затраты времени на обработку каждого заказа. В первую очередь это связано с детальной проработкой всех пожеланий туристов. Здесь важно учитывать фактор новизны идей. Конечно, огромную роль играют партнеры.

Оксана Фаст

Специфика FIT-туров заключается в том, что они составляются индивидуально, обычно для одного-двух туристов. Сложности могут возникнуть из-за того, что сейчас системы онлайн-бронирования массово выходят на рынок. Клиенты начинают самостоятельно формировать собственные маршруты, работая напрямую с этими сервисами.

3 Как формируются FIT-туры? Насколько они дороже массового турпродукта?

Екатерина Ефимова

То, что индивидуальные туры намного дороже массового продукта, это миф. Массовый продукт может быть дешевле только за счет «горения» и демпинговых цен, когда оператор продает туры ниже себестоимости. При расчете индивидуального тура мы всегда проверяем цену на гостиницы, чтобы они были не выше, чем в таких системах как, например, booking.com или ostrovok.ru. Это касается не только дешевых гостиниц, но и дорогих. Также мы всегда учитываем спецпредложения по бесплатным ночам или скидки за раннее бронирование. Можно комбинировать индивидуальные и групповые элементы туров. Если бронировать авиаперелет заранее, всегда есть возможность купить билет по дешевому тарифу. Иногда выгоднее лететь с пересадкой. В низкий сезон авиакомпании проводят промоакции. Словом, существует много разных способов сделать индивидуальный тур интересным и недорогим.

Елена Астанина

FIT-тур разрабатывается на основе индивидуально-го запроса туриста. Клиент может прийти в агент-

ВОПРОС МЕСЯЦА

КАКОВА, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ГЛАВНАЯ ПРИЧИНА НОВОЙ ВОЛНЫ БАНКРОТСТВ РОССИЙСКИХ ТУРОПЕРАТОРОВ?

23,3%

Высокая конкуренция и низкая рентабельность операторского бизнеса

13,3%

Общий спад спроса на туристическом рынке

56,7%

Непрофессиональное ведение бизнеса

6,7%

Активный приход на туры-рынок западных компаний

Источник: опрос на сайте www.tourbus.ru

ЕЛЕНА АСТАНИНА

« Менеджеру нужно быть готовым к тому, что придется работать с любым видом отдыха: пляжным, лечебным, экскурсионным, экстремальным. Работать со сложными комбинированными программами, с индивидуальными трансферами, малоизвестными регионами. Турагент вместе с клиентом создает путешествие, которое должно стать для туриста запоминающимся и оправдать, даже превзойти все его ожидания. Для этого агентствам необходимо повышать квалификацию своих сотрудников »»

ство с уже готовым планом путешествия, остается только все просчитать и забронировать. Либо перед менеджером агентства будет поставлена более сложная и творческая задача — разработать маршрут, детально изучив все пожелания туриста, и создать тур с нуля. Каждая услуга — перелет, трансфер, проживание, экскурсии — бронируется отдельно. Индивидуально разработанный тур не обязательно дорогой. По желанию клиента можно сделать «апгрейд» какого-либо массового продукта. Например, улучшить размещение, питание или добавить экскурсии. Есть и другой вариант — абсолютно индивидуальный, авторский тур. Это уже эксклюзивный продукт, который, конечно, обойдется дороже.

Евгения Комарова

В нашей компании есть непреложное правило — предлагать клиенту только то, что тщательно изучено. Путешественник должен быть уверен в профессионализме своего менеджера. Не случайно 80% клиентов — это постоянные туристы и агентства, любящие экзотические направления и уважающие индивидуальный подход оператора. Каждый турист имеет определенные представления о предлагаемой услуге. Они формируются на основе индивидуальных потребностей, предоставляют ему больше независимости и самостоятельности. Но, конечно, такие услуги стоят дороже.

Оксана Фаст

Индивидуальные туры обычно стоят дороже. Это легко объяснить тем, что трансфер, экскурсии, переводчики и прочие услуги оплачиваются из расчета на одного-двух людей. При групповых турах та же стоимость делится на всю группу. К тому же авиабилеты и проживание в пакетном туре дешевле за счет выкупленных блоков на авиарейсах и в отелях. С другой стороны, индивидуальный тур тем и хорош, что его можно составить практически под любой бюджет.

4 В каких сегментах потребительского рынка могут быть востребованы FIT-туры? В чем особенность их рекламы и продвижения?

Елена Астанина

Индивидуальные туры востребованы у представителей среднего класса и более обеспеченных людей. Как правило, это клиенты, у которых есть возможность отдыхать не менее двух раз в год или же раз в год, но очень стабильно. Это туристы, для кото-

рых важна свобода путешествий. Поэтому основной акцент в продвижении делается на уникальности, эксклюзивности и оригинальности предложения, индивидуальном подходе к клиенту и авторском подходе к маршрутам, на возможности узнать, открыть что-то новое, редкое и необычное. Фокус переводится с цены на отличительные особенности самого продукта — страны, программы, экскурсий.

Евгения Комарова

Практика работы нашей компании показывает, что индивидуальный туризм — прерогатива состоятельных людей. Дорогие индивидуальные туры становятся стилем жизни таких туристов. Туры для состоятельных клиентов — это роскошные отели и спа-курорты, персональные яхты и самолеты, острова, шикарные виллы и старинные замки в аренду, экзотические и экстремальные развлечения, экспедиции, проведение личных праздников, подготовка сюрпризов. Другая категория потребителей такого рода услуг — корпорации, предприятия. Особое место занимают свадебные путешествия. Для продвижения такого турпродукта на рынке вряд ли можно назвать готовые рецепты. В этой работе нет второстепенных моментов. Механизмы продвижения индивидуальных туров отличаются от продвижения массовых туров, прежде всего, назначением: не для потребления, а для морального удовлетворения клиентов. Например, реклама в СМИ и в интернете должна быть изысканной, очень избирательной, с четко сегментированной аудиторией.

5 Охарактеризуйте агентства, специализирующиеся на работе с FIT-турами.

Елена Астанина

Как правило, это опытные и профессиональные агентства, имеющие свою базу постоянных клиентов, которые активно путешествуют в течение всего года. Новые клиенты обычно обращаются в такие фирмы по рекомендации знакомых и родственников.

Евгения Комарова

Прежде всего, руководство и менеджеры таких агентств должны понимать специфику подхода к планированию индивидуальных туров. Дело даже не в том, что все больше людей хотят самостоятельно планировать свой отпуск, а в том, что они надеются получить удовольствие от путешествия и готовы за это платить. Поэтому в работе с такими клиентами неприемлемо бронирование услуг через онлайн-системы. Здесь важен диалог агента с клиентом и,

конечно, правильный выбор туроператора, который будет непосредственно создавать программу индивидуального путешествия.

6 Какие проблемы чаще всего мешают агентствам при реализации FIT-туров? Какие ошибки они чаще всего допускают и как их избежать?

Елена Астанина

Запросы каждого туриста индивидуальны, поэтому нельзя заранее подготовить какой-то шаблон. Менеджер создает тур с нуля, для этого ему нужны обширные знания всех составляющих комплекса услуг и наличие оперативной связи с туроператором. Агент должен комбинировать все составляющие тура в единое целое: выверенный маршрут, минимальные временные затраты на трансферы, четкость всех переездов, индивидуальный сервис и, конечно, полное соответствие заказу клиента. Типичная ошибка — ассоциация FIT-туров исключительно с очень дорогими поездками и ориентация

на VIP-клиентов. Но сейчас есть множество экономических предложений для индивидуальных клиентов. Поэтому совсем необязательно ограничиваться верхним сегментом рынка и закрывать глаза на другие возможности.

Евгения Комарова

Самая главная проблема — это отсутствие желания понять предпочтения клиента. Массовый туризм затмил сознание агентств. Зачастую менеджеры просто не понимают туриста, который хочет получить то, что он себе спланировал. Еще один негативный момент связан с отсутствием детальных знаний направлений, которые выбирают туристы.

Оксана Фаст

Очень многое зависит от менеджерского состава туристического агентства. Если раньше можно было быть специалистом исключительно по Испании, то сегодня этого мало. Менеджер должен ориентироваться не только в страноведении, но и быть подкованным в области культуры, спорта. Многие «индивидуальщики» до сих пор не переключились на новый продукт после работы с групповыми турами и зачастую продают клиентам то, что нравится или более удобно им самим, а не туристу.

ЕВГЕНИЯ КОМАРОВА

« Мы советуем агентствам тщательно выбирать туроператора. Нужно детально изучать запрашиваемые клиентом страны, отели. Хорошо бы и самим прочувствовать, что представляют индивидуальные туристические услуги. Советую агентствам следить за нашими рекламными турами и участвовать в них >>>

Легкой жизни не будет

В Петербурге определились с новинками зимнего сезона. Из Северной столицы выполняются сразу несколько новых полетных программ, которые могут заметно изменить расстановку сил как на пляжных, так и на горнолыжных направлениях.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Законодателем мод выступила компания Pegas Touristik: из шести принципиальных новинок ей принадлежат сразу пять. Оператор стал инициатором программ из Петербурга в Канкун, Акабу, Шарджу, Бурсу и Агадир. Первые четыре рейса ранее не выполнялись из города на Неве, а полеты в Марокко выполнялись исключительно в летнее время и были не слишком удачными. Мария Бакерина, руководитель представительства Pegas Touristik, уверена, что все эти направления найдут своего покупателя: «Мы надеемся полностью выполнить всю программу,

которая по пляжным направлениям предполагает вылеты до весны следующего года». Еще одна новинка на рынке Петербурга — прямые перелеты на остров Хайнань, цепочка стартовала 31 октября. Это направление осваивают сразу несколько туроператоров. В новогодние праздники из Петербурга вновь полетит чартер в Инсбрук. Консолидатором рейса теперь выступает компания Book&Go, перевозчик — FlyNiki. Дебютантом зимнего горнолыжного сезона в городе на Неве стал оператор Danko, Кроме «России», в Милан теперь

регулярно летают самолеты «Трансаэро», а в Римини — лайнеры NordStar и New Livingston. Есть перемены на египетском направлении. В этом сезоне еженедельный объем перевозки в страну из Петербурга вырос до 9 тысяч кресел. Прирост был достигнут за счет появления в Северной столице туроператора TUI с собственными чартерами на бортах Metro Jet в Хургаду и Шарм-эль-Шейх. В целом турбизнес Петербурга расценивает зимние программы как сбалансированные, а наибольшие сомнения по части возможного «горения» вызы-

вает карибское направление. К имеющимся 220 еженедельным креслам на Кубу и в Доминикану прибавляются сразу 364 кресла на рейсах в Мексику (раз в 13 дней). С учетом того, что стоимость отдыха в регионе Карибского моря выше, чем в Юго-Восточной Азии, некоторые операторы делают ставку не только на Таиланд, но и на Хайнань. Но в любом случае легкой жизни у новинок не будет: если в программах на Кубу и в Таиланд участвуют не менее десятка операторов, работающих в Петербурге, то в случае Мексики и Хайнаня их всего 3–4.

«Турбизнес»: от Нижнего Новгорода до Астаны



ИД «Турбизнес» с успехом провел серию региональных осенних workshop. Мероприятия состоялись в 20 городах России в период с 17 сентября по 31 октября.

В рабочих встречах приняли участие не только столичные турфирмы, но и компании из Санкт-Петербурга, Ростова-на-Дону, Краснодара, Сочи, Геленджика, Кисловодска, Екатеринбурга. В workshop также участвовала большая делегация финских компаний во главе с Visit Finland. Официальными партнерами workshop выступили туроператор «Натали Турс», Visit Finland, выставка МПТТ, а также страховая компания «Цюрих». Самыми обсуждаемыми темами деловых встреч стали новинки предстоящего зимнего сезона, новогодние программы, автобусные туры по Европе, круизы, поездки в экзотические страны. Состоялось много презентаций, посвященных системам онлайн-бронирования услуг. Весенняя серия workshop «Турбизнес» стартует 18 марта 2013 года, рабочие встречи пройдут в 19 городах России.

1. Представители компании «Горячие Туры Юг».
2. АЛЕКСЕЙ КИМ – газета «Турист», МАРИНА АМБАРЦУМЯН – ТК «Роза ветров Юг» и ИВАН КАЛАШНИКОВ – ИД «Турбизнес».
3. Специалисты «Натали Турс» – ЕЛЕНА УСТИНОВА и АННА ЖИВЕНКО.
4. СЕРГЕЙ ЮРАСИК из компании «Авиацентр».
5. DANKO Travel Company – ЕЛЕНА КУГАРЬЯНЦ с коллегами.
6. ЕЛЕНА ХОХЛОВА, компания «Евробизнестур».
7. СВЕТЛАНА СУВОРОВА, компания «Вест Тревел».
8. БЕРТА НАГЕЛЬ с коллегами из «Трансаэро Тур».
9. «Курорт Роза Хутор» представляют АНАСТАСИЯ МИХАЛЬЧЕНКО, РУСУДАН ШАМУГИЯ и ЕЛЕНА НИКИТИНА.



>>> Серия осенних рабочих встреч проходила в Нижнем Новгороде, Самаре, Тольятти, Казани, Уфе, Перми, Волгограде, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Ставрополе, Пятигорске, Сургуте, Тюмени, Челябинске, Магнитогорске, Мурманске, Архангельске, Калининграде, Алма-Ате, Астане. В этом году workshop впервые прошли в Тольятти, Пятигорске, Магнитогорске и Калининграде.

В мероприятиях приняли участие около **90** компаний: туроператоры, гостиницы, национальные представительства по туризму.

Посетителями стали около **4** тысяч представителей агентского бизнеса.

В рамках проекта состоялись **320** мастер-классов и семинаров.

Мы снова делаем «Ракеты»

1957 год оставил в истории отечественного туризма весьма заметный след. Во-первых, он стал датой фактического рождения въездного туризма — такого количества иностранных гостей, сколько прибыло их на московский Фестиваль молодежи и студентов, Советский Союз еще не видывал. А во-вторых... В программе фестиваля была, говоря по-современному, презентация нового транспортного средства — пассажирского судна на подводных крыльях (СПК) «Ракета», развивавшего на воде скорость до 65 км в час.



ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ



»»
«Метеор», выпускавшийся с 1959 года стал символом 60-х годов, десятилетия, когда звезды и далекие страны, казалось, стали ближе.

Перед прибытием в Москву «Ракета», построенная на заводе «Красное Сормово» и тогда же запущенная в серийное производство, перевезла первые три десятка самодеятельных туристов из Казани в Нижний Новгород за семь часов — тогда этот показатель казался невероятным, почти фантастическим.

СЛОВА ИЗ ПЕСНИ

«Ракета» была спроектирована в созданном в 1942 году — в тогдашнем Горьком — конструкторском бюро Ростислава Алексеева (1916 — 1980), выдающегося инженера и изобретателя, давшего жизнь не только теплоходам на подводных крыльях, но и экранопланам, экранолетам и судам на воздушной подушке. Алексеев не является изобретателем подводного крыла (первое подобное судно было испытано русским подданным графом де Ламбером в 1891 году в Париже), но его заслуга в том, что «Ракета» и ее «потомки» — «Метеор», «Комета» — морской вариант СПК, «Колхида», «Беларусь», «Восход», «Полесье» — стали общедоступным транспортным средством, активно использовавшимся в туризме.

«Ракет», которые иногда за острый приподнятый нос называли «акулами», было построено около четырехсот, «Метеоров» — более трехсот, и встретить их можно было в любом уголке СССР. Одним из любимых видов семейного отдыха в советские годы были именно однодневные экскурсии на судах на подводных крыльях. И в каждом крупном речном или морском городе были свои экскурсионные «хиты». В Ленинграде — поездки в Петергоф и в крепость Орешек. В Иркутске — маршру-

ты по Ангаре на Байкал. В Ростове-на-Дону до сих пор помнят однодневные туры на «Кометах» в Таганрог и Волгоград — с высадкой в Калаче-на-Дону.

В Москве исключительной популярностью пользовались однодневные поездки по каналу имени Москвы с высадкой в тихих уголках, недоступных для крупных судов. Даже не в экскурсионных, а в обычных рейсовых поездках на СПК (как, например, из Пскова в эстонский Тарту) иногда работали гиды — за их услуги взималась небольшая доплата.

Исключительную роль сыграли СПК в развитии самодеятельного, «дикого» туризма в те места, куда не было железных дорог, а на автомобильных не было регулярного автобусного сообщения. За путевками на круизные и даже рейсовые теплоходы в те времена приходилось отмахиваться в очередях годами, да и стоили те путевки недешево. Зато любой любитель активного познавательного отдыха мог, например, доехать на электричке до Дубны и сесть на «кита» (народное название «Метеора»). Билеты стоили чуть дороже билетов на электричку.

В зависимости от физических и материальных возможностей можно проехать «на перекладных» хоть всю Волгу, поочередно останавливаясь в Кимрах, Калязине, Угличе, Мышкине, Рыбинске, Тутаеве и так далее — СПК ходили каждый час-полтора. По свидетельствам судостроителей, активно использоваться в туризме могли бы СПК последнего поколения: «Буревестник», развивавший на воде скорость до 90 км в час (на судне использовались авиационные газотурбинные двигатели) и двухэтажное СПК, вмещавшее до 250 человек. Век СПК и в транспорте, и в туризме закончился в начале 1990-х годов — «на дно» их утонула малая

экономичность: топливо стремительно дорожало. Поэтому часть СПК была просто списана, часть — продана за границу, где некоторые из них продолжают возить туристов. Так, в 2010 году судно на подводных крыльях типа «Полесье» работало в Финляндии на туристической линии между озерами Пайянне и Кейтеле. В России оставшиеся немногочисленные СПК сегодня работают преимущественно там, где нет иных транспортных путей, например, в Якутии на реке Лене.

И пока специалисты дискутируют о возможностях дальнейшего использования СПК (сегодня самым большим СПК является работающий на пассажирских и туристических линиях в Норвегии 150 местный РТ-150), в туристическую сферу все активнее входит другое детище Ростислава Алексева — суда на воздушной подушке (СВП). В Нижнем Новгороде даже был построен пассажирский «первенец» — огромное СВП «Сормович», развивавшее скорость до 100 км в час. В 1960-х годах много писали и спорили о перспективах их использования в туризме, но потом дискуссии внезапно прекратились — СВП «ушли» к военным.

«ХИВУС» ОКРЫЛЯЕТ

Сегодня СВП приходят в туризм: несколько лет назад 20-местную «Марину» предполагалось использовать в Архангельске для зимних туров на Соловки. Но настоящий приход СВП происходит на их исторической родине, где на предприятиях, некогда входивших в КБ Алексева, снова строятся СВП. Два из них, марки «Хивус-48» (на фото вверху), рассчитаны на 50 пассажиров, развивают скорость до 90 км в час по воде и до 120 км в час по льду. Запас хода — 300 км — у них не столь велик, как у СПК (600 км), но этого вполне хватает, чтобы совершать регулярные экспресс-туры на островки посреди Волги, расположенные напротив Стрелки, а также однодневные поездки в Свято-Троицкий Макарьев Желтоводский монастырь, в город мастеров Городец, в Дудин монастырь и на фестиваль «Город гончаров» в Богородский район, в город Горбатов — старинный центр производства канатов и веревок, в знаменитый своими памятниками гражданского зодчества XVII века город Гороховец. Кроме того, на СВП уже организуются экскурсионные маршруты по Клязьме, Суре, Керженцу, Ветлуге и другим рекам области.

Малый ход, самый малый

Призрак «Булгарии» и погода снизили объемы перевозок в Петербурге

По предварительным данным, пассажирская навигация на реках и каналах Петербурга 2012 года оказалась менее удачной, чем в прошлом сезоне. Объем перевозок снизился на 6,8% до уровня чуть более 1,5 млн человек. Примерно такая же ситуация и с речными круизами: в течение сезона из Петербурга выполнено около 1,5 тысячи рейсов, на которых перевезено 227 тысяч туристов.

По мнению президента Ассоциации владельцев пассажирских судов Санкт-Петербурга Евгения Зубарева (в АВПС входят 19 судоводных компаний с парком в 196 судов из примерно 300 имеющихся в городе), снижению объемов способствовали погода и бюрократические проволочки, вызванные последствиями крушения «Булгарии» и затопления теплохода «Росси». «В результа-

те страдает множество профессионалов, четко действующих в соответствии с буквой закона, — уверен эксперт. — Только из-за того, что российский Речной регистр принял решение проверить безопасность всех судов, навигация в Петербурге началась на две недели позже, чем планировалось». Кроме того, по его мнению, снижению пассажиропотока способствует чрезвычайно высокая арендная плата за причальные комплексы, которая в 2012 году возросла более чем на 10%: содержание каждого из них обходится судовладельцу в сумму до 21 млн рублей в год.

Начальник управления водного транспорта Агентства внешнего транспорта Владимир Родионов не отрицает, что эти проблемы есть. Но добавляет, что ужесточение требований к пассажирским перевозкам абсолютно правильно,

а ситуацию по-прежнему усугубляют старые пароходы, плохие судоводители и наличие на реках и каналах «пиратов», борьба с которыми должна быть делом общим. «Со своей стороны мы с ними активно боремся: для задержанных «пиратских» судов открыта спецстоянка, — констатирует чиновник. — А вот представители речников недостаточно активны, так как данных для разработки схемы мест размещения плавательных средств на водных акваториях Петербурга мы пока так и не получили».

Есть и позитив: несмотря на то, что перевозки на маршрутах городского водного транспорта (на аквабусах) из-за погоды были закрыты раньше намеченного времени, один из них — на Приморской линии — уже подходит к рубежу окупаемости.

Непростую ситуацию в сфе-

ре пассажирских перевозок по воде констатирует и начальник Невского линейного отдела СЗУ Госморречнадзора Ространснадзора Валерий Кочуров. По его словам, в сезон было возбуждено и расследовано 43 административных дела, из которых 11 — за нарушение правил эксплуатации судов и управление лицом, не имеющим права управления, еще 32 — за нарушение правил плавания. «Если учесть, что в городе на реках и каналах действуют около 300 пассажирских судов, 43 нарушения — цифра очень существенная», — подчеркивает он. Все идет к тому, что в навигацию 2013 года правила судоходства на Неве будут еще более ужесточены. В частности, предлагается либо вовсе запретить ночные прогулки по Неве с 1.30 до 5.00, либо разделить потоки грузовых судов и пассажирских катеров.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Турагентства: выжить и преуспеть

Часто бывает так, что турист настроен на покупку, но уходит с сайта компании или из вашего офиса, так ничего и не купив. Вы можете вкладывать много денег в рекламу, в усовершенствование сайта, украшение офиса, но при этом терять клиентов из-за различных препятствий, которые им приходится преодолевать, чтобы купить у вас тур.

РУБРИКУ ВЕДЕТ

ЕЛЕНА СКУРАТОВА,
БИЗНЕС-КОНСУЛЬТАНТ,
ПАРТНЕР БЮРО
БИЗНЕС-КОНСАЛТИНГА

»»» Если у вас нет списка клиентов, то вы контактируете только с 7% от вашей целевой аудитории. По оценкам экспертов, делая почтовую рассылку вы увеличите эту цифру на 10%, использование социальных сетей приносит еще 12%, база телефонов – 13%, Skype – 15%, отправление sms-рассылок – 18%, рассылки на электронную почту – 25%. Использование всех видов контактов позволяет вам на 100% охватить вашу целевую аудиторию.

НА СТО ПРОЦЕНТОВ

Какие механизмы сбора контактов вы можете использовать? Например, QR-коды. Это двумерные штрих-коды, распознаваемые сканирующими устройствами. Большинство современных мобильных телефонов настроены на их прочтение. Их можно использовать на печатной продукции, визитках, внешней рекламе. В эти коды может быть заложена разная информация. Например, после распознавания кода произойдет переход на сайт, и он будет добавлен в закладки. Для генерации QR-кодов существует множество бесплатных программ. Эти коды можно использовать как инструмент для подписки потенциальных клиентов на sms-рассылку о ваших спецпредложениях, размещая их на рекламных носителях в тех местах, где бывает ваша целевая аудитория.

Не стоит преувеличивать маркетинговой роли социальных сетей, но если ваша аудитория активно их использует, то вполне возможно, что, прочитав описание вашего специального предложения или новой услуги, посетитель сайта нажмет кнопку «Нравится», и это приведет на сайт новых посетителей. Поставить такую кнопку просто, для этого существует огромное количество скриптов и плагинов.

Используйте технологию всплывающего окна на сайте, в котором можно подписаться на что-то полезное, указав только имя и e-mail. Множество сайтов турагентств уже использует подписки на рассылку, но сама надпись о подписке часто плохо заметна и не может сравниться по эффективности с всплывающим окном. Как правильно использовать всплывающие окна? Они должны появляться на каждой странице вашего сайта, так как вы заранее не знаете, на какую именно страницу зайдет посетитель. Если вы даете рекламу сайта в интернете, платите за нее много денег, а пришедшие люди ничего не покупают, вы, по сути, выбрасываете деньги на ветер. Если же эти люди оставили вам хотя бы свои контакты, то шансов, что они у вас что-то купят, намного больше. Некоторых



людей всплывающие окна раздражают, однако вы можете настроить сайт так, чтобы он напоминал, что этому человеку всплывающее окошко уже показывалось. Подготовьте электронную книгу о стране, городе или курорте и предоставляйте ее как бесплатный бонус для всех, кто оставит свои контакты. Просто подписываться на новости люди не всегда хотят, а получить бесплатно качественный продукт (книга должна быть качественной!) — это привлекательно. Естественно, вы должны использовать эту книгу для того, чтобы представить свою компанию и свои услуги в самом привлекательном свете.

ЕЩЕ ОДИН ШАНС

Есть ли у вас на сайте форма «Заказ звонка»? Надеюсь, что да, и вы уже успешно применяете ее для сбора e-mail потенциальных клиентов. Главное правило — форма должна быть хорошо видна и ярко представлена. Если вы укажете вместо «Заказ звонка», например, «Бесплатная консультация», ваш шанс получить контакты клиента возрастает в несколько раз. Разместите на сайте Skype-кнопку, нажав которую, клиент может сделать вызов из установленного у него Skype, чтобы задать вопрос или пообщаться с консультантом. Вы фиксируете все Skype-ники и впоследствии сможете, например, использовать их для рассылки новостей. Еще один важный и простой инструмент поможет поднять ваши продажи — предложение на выходе. Оно нередко позволяет захватить еще какое-то количество клиентов, которые в противном случае просто ушли бы

от вас. Например, на выходе клиент видит рекламный плакат или стойку с информацией о специальном предложении. Таким образом, если человек, изучив ассортимент, с ходу ничего не выбрал, то на выходе делается еще одна попытка продажи за счет предложения чего-то очень привлекательного. Как минимум это может быть предложение поучаствовать в какой-то акции в обмен на контактные данные. Подобный ход позволяет зацепить еще какое-то количество клиентов и поднять конверсию. Еще один ход, который поможет поднять вам конверсию на вашем сайте, — предложение принять участие в интерактивном тесте, посвященном стране, туры в которую вы продаете. Чтобы туристы оставляли свои e-mail и телефон для участия в тесте, предложите беспроигрышную лотерею. Подарком может стать электронная мини-книга о стране, а главный приз вы можете выбрать исходя из ваших финансовых возможностей. Желательно, чтобы он был с яркими фотографиями, и его результатами турист мог поделиться с друзьями в социальных сетях, что привлечет дополнительных людей на ваш сайт.

УБИРАЕМ ПРЕПЯТСТВИЯ

Проверьте внимательно всю последовательность действий, которые должен совершить клиент, чтобы приобрести тур. Уверена, что вы обнаружите множество «узких мест», которые становятся для клиентов препятствиями к покупке.

Проведите простой тест вашего сайта. Проверьте, насколько быстро загружается главная страница. Если сайт загружается очень медленно, турист быстро закроет его, и продолжит серфинг по интернету. Оцените, насколько простое и ясное меню у сайта. В моей практике были случаи, когда сайт компаний был оформлен таким образом, что сообразить, что именно за компания представлена на нем, было достаточно сложно. Попав на ваш сайт, турист должен сразу понять, что это сайт турагентства, понять, в каком городе он может приобрести ваши услуги, понять, что именно вы ему предлагаете.

Лучше всего, когда на главной странице размещено ваше уникальное торговое предложение, описаны преимущества вашего агентства. Очень часто свои преимущества турфирмы описывают примерно так: «Мы динамично развивающаяся компания, оказываем услуги самого высокого качества, используем только передовые технологии. У нас работают профессионалы своего дела, и мы гарантируем индивидуальный подход к каждому клиенту». Вроде бы все слова правильные, только разве можно назвать это конкурентными преимуществами?

Конкурентные преимущества — это то, что отличает компанию от других. А теперь давайте представим, что ваш конкурент написал: «Наша компания стоит на месте и не развивается, наши услуги — плохого каче-

ства, мы используем устаревшие технологии. Наши сотрудники — дилетанты, и все клиенты для нас на одно лицо». Ваше задание — проверьте, что указано на сайте в качестве ваших преимуществ, и приведите этот текст в порядок. Как это сделать? Поставьте во главу угла клиента, заменив «мы» на «вы». Вроде бы все знают об этом правиле, однако парадокс в том, что почему-то никто его не применяет на практике. Например, вместо фразы «мы используем передовые технологии», должно получиться что-то похожее на «вы экономите время, потому что мы используем современные технологии». Чем больше конкретики будет в ваших преимуществах, тем сильнее они будут. Если турист зашел на ваш сайт и захотел приехать в ваше агентство, но не смог найти адрес и телефон, скорее всего, он обратится к кому-то другому. Проверьте, насколько оперативно ваши сотрудники поднимают телефонные трубки. Если турист позвонил, а трубку никто не берет длительное время, он после этого позвонит в другое агентство.

Еще одним препятствием на пути туриста может стать неудобный вход, мрачный или грязный фасад здания. Нередко встречается такое: турист заходит в офис турагентства, но менеджеры никак не реагируют на него, занимаясь своими делами. Бывает и так, что туристу нужно подождать, но место для ожидания никак не обозначено, никто не предлагает ему посмотреть каталог или информацию о компании, пока он ждет своей очереди. В этой ситуации турист также, скорее всего, просто развернется и уйдет. Еще один момент: бывает так, что турист уже настроился на покупку, и тут неожиданно выясняется, что пластиковые карточки вы не принимаете, а наличных у клиента нет. Очень часто такие туристы уходят снимать деньги в банкомате, но далеко не все возвращаются. Немалую роль играет и опрятный внешний вид сотрудников. Если у них единая форма одежды, все чистое, персонал ухоженный, это существенно повышает доверие туриста к вашим услугам.

ПОСЛЕ ПОКУПКИ

Знаете ли вы, что согласно исследованию, проведенному в США, 65% клиентов не возвращаются, потому что о них забыли? Если вы не контактируете с вашими клиентами после покупки, их могут запросто переманить из-за вашего безразличного отношения к ним. Я достаточно часто путешествую, но за все это время буквально единицы турфирм, которые я знаю, как-то напомнили о себе после покупки. На этом фоне турфирмы очень сильно проигрывают зарубежным отелям, которые регулярно напоминают о себе, мотивируют участием в программах лояльности.

Окончание. Начало — «Турбизнес» №15, ноябрь



>>> Проанализируйте, вызывает ли ваш сайт доверие у клиентов. Если на сайте трудно найти юридическую информацию о компании, ее адрес, контактные телефоны и информацию о руководстве, такой сайт вряд ли расположит туриста к доверию. Очень сильно повышает доверие наличие отзывов других туристов. При этом желательно, чтобы это были реальные отзывы, с фамилией и именем, фотографией туриста, ссылкой на его профиль в социальной сети.

Бюро небанальных экскурсий Нижний Новгород

»»» Бюро небанальных экскурсий «Нескучный Нижний» появилось в Нижнем Новгороде потому, что просто не могло не появиться. Слишком часто в ответ на вопрос «Что тут у вас посмотреть?» гости города слышат от нижегородцев: «Да тут и смотреть нечего», «Ничего интересного у нас не происходило, провинция же». Но это не так. Немного найдется городов, чьи улицы, набережные и мосты видели столько событий — и драматических, и комических. Нужно только знать об этом и уметь рассказать другим.



Стандартные темы и стандартные маршруты давно не удовлетворяют взыскательных путешественников. Тот, кто измерил своими шагами Прагу и Париж, уже не стремится сесть в туристический автобус, из окошка которого ему покажут основные достопримечательности — «выходим, фотографируем, у вас на все десять минут». Слушать заученный текст: «посмотрите налево», «посмотрите направо», «это здание в стиле модерн было построено в 1896 году» тоже не хочется. «Нескучный Нижний» выбрал другой способ знакомства с городом. Неспешно прогуливаясь с гостями по старинным улицам, здесь показывают и рассказывают то, о чем не узнаешь из «Википедии». Прогулки проводятся и для больших компаний, и для одиноких путников — для каждого найдется свой маршрут, своя программа. «Какой интересный город», — искренне поражаются гости. И в этом они не ошибаются.

Понедельник

Понедельник. Утро, пробки, ледяной дождь пытается стать мокрым снегом. Но Нижний Новгород чуден при всякой погоде.

Мы любим наших гостей. Они хотят узнать наш город и понять его. Они с одинаковым участием слушают историю Кузьмы Минина, которого знает вся Россия, и драматическую историю Варвары Бурмистровой-Рукавишниковой, о которой даже в родном городе давно забыли, хотя в ее роскошном особняке размещается ныне Литературный музей имени Горького.

— Мы хотим заказать тур по городу, — приятный молодой голос произносит английские слова с явным акцентом.

— Конечно, с удовольствием покажем вам Нижний Новгород. Откуда вы?

— Мы из Бразилии.

— Пожалуйста, оденьтесь потеплее.

— Не волнуйтесь, мы уже запаслись теплой одеждой.

«Нескучный Нижний»,

Это ничего, что дождь. У нас в Бразилии тоже часто идет дождь. Правда, у нас он теплый, а у вас холодный, но это неважно.

Героические бразильцы сияют улыбками сквозь пелену дождя. Они снимают на камеру кремль, Волгу и Оку, танк Т-34 и «Запорожец» советских времен. А раз гости довольны, то и мы счастливы.

— День добрый, мы с другом хотим заказать экскурсию на завтра.

— Пожалуйста.

— Только у нас одна просьба — мы очень любим фильм «Жмурки», вы покажите нам места, где он снимался, хорошо?

Нижний Новгород — он у каждого свой. Кто-то любит Нижний за прекрасные виды, а кто-то — за то, что здесь снимали кино про бандитов. Любовь — это всегда очень личное. Но это любовь, ее ни с чем не спутаешь.

Вторник

Сегодня мы приглашены на мероприятие в администрации города. Обсуждается необходимость разработки бренда Нижнего Новгорода. Вопрос не праздный — пока Нижний трудно назвать туристским центром. Да что там, до Москвы — несколько часов на скоростном поезде, при этом подавляющее большинство жителей столицы слыхом о нас не слыхивали. Только немногие припоминают закрытый город Горький. Ну да, это мы и есть. Правда, вот уже двадцать лет как мы снова Нижний, и навестить нас может любой желающий, но из песни слова не выкинешь. Так что бренд города, что и говорить, штука нужная. Может быть, не менее нужная, чем общественные туалеты, указатели на двух языках и недорогие гостиницы. Все-то этого городу очень не хватает.

Когда нам дают слово, мы рассказываем собравшимся о любви. О любви к родному городу, к его неповторимой красоте и богатейшей истории. В ответ на реплики из зала: «Да тут и смотреть-то нечего, кроме кремля», рассказываем о купеческих особняках, о чуде сохранившихся гражданских зданиях XVII века — по всей России их меньше двух десятков, а у нас в Нижнем — целых три, на расстоянии сотни шагов друг от друга. Увлечшись, посвящаем собравшихся в трагедию купца Афанасия Олисова, рассказываем, как Петр I закрыл Строгановскую церковь, как купцы записывались в потомки

Минина. Аудитория оживляется. Все наши экскурсии — авторские, сплошная самодеятельность. И наших экскурсоводов мы предпочитаем называть проводниками — чтобы ни у кого не было сомнений, что наших гостей не заставят ходить строем и «встречаться через 10 минут у автобуса».

Ерва

Сегодня мы принимаем большую группу детей из Москвы. Возраст — 14–15 лет. Встречаем на вокзале. Многие без шапок, кто-то вместо куртки надел жилетку поверх тонкого свитера. У одной девушки выставлен напоказ голый живот с пирсингом в пупке. Правда, живот уже приобрел синеватый оттенок, а из носа капает, но девушка держит фасон и не сдается. Мягко намекаем, что неплохо бы утеплиться, но руководитель группы только руками разводит — больше ничего нет. Наш проводник понимающе кивает. Будем проходить по нашему «Бродвею» — пешеходной улице Большой Покровской — что-нибудь прикупим.

Ребята рады, что выбрались без родителей в чужой город. Самые вежливые смотрят на проводника, остальные хихикают, отпускают ехидные комментарии по поводу окружающей провинциальной действительности. Но через пять минут группа перестает шушукаться. Экскурсия не зря называется «Нижегородский Блокбастер» — восьмивековая история города спрессована в трехчасовой захватывающий рассказ. Школьники, ожидавшие чего-то занудно-пресного, поражено внимают. Перед ними проходят судьбы людей, которые здесь жили, строили, воевали, любили. Некоторые из тех, о ком мы рассказываем, — практически их ровесники. Постепенно приходит понимание, что Минин и Пожарский, Кулибин и Чкалов — это живые люди, а не памятники. Им тоже бывало грустно, страшно и одиноко. Они тоже сомневались. Но, несмотря на это, они не опускали рук и двигались вперед. Парень, заметно прихрамывающий после недавней спортивной травмы, сочувствует Пожарскому — каково было князю после перелома голени идти на Москву.

До ближайшего лотка с шапками и варежками добираться без потерь. Девушка с пирсингом покупает себе пуховый платок и обматывает вокруг талии. Получается эффектно. Проводник с облегчением вздыхает — экскурсию можно продолжать.

Tourbus.ru



Интернет-портал
ИД «Турбизнес»
www.tourbus.ru —
ваш активный
помощник
и деловой партнер

- главные новости турбизнеса и мнения экспертов
- анонсы выставок, workshop и других деловых мероприятий
- мастер-классы туроператоров и консультации специалистов
- онлайн-версия «Турбизнеса» и тематических выпусков
- ежедневная новостная рассылка (14 тысяч подписчиков)

»»» Деловой туризм — это тоже по нашей части. Делать бизнес с хорошо отдохнувшим человеком гораздо проще, чем с утомленным. Эту нехитрую истину открыли в Нижнем давно, еще в купеческие времена, когда фешенебельных ресторанов и бань здесь было немногим меньше, чем контор и лавок. Проветриться на экскурсии после нескольких часов сидения в офисе и приятно, и полезно. «На ура» идут рассказы о нравах нижегородского купечества и чиновников, хозяева и гости проводят аналогии, вздыхают. Настраиваются на философский лад.

Четверг

— Здравствуйте, к моему директору приезжают родственники с детьми. У них будет два дня, нужна культурная программа. Что вы можете предложить? Выясняем возраст детей, их интересы, интересы родителей. Составляем программу. Конечно, экскурсия по городу. Обязательно музей игрушек. Зоопарк. Планетарий. Согласовываем все детали — марку машины, на которой будем встречать группу с вокзала, расположение столиков в кафе, возраст и внешний вид проводника. Чувствуется, что на том конце провода — человек ответственный. Мы только рады — хорошо, когда заказчик знает, чего хочет.

— Хорошо, мы друг друга поняли, — подытоживает наш собеседник. — Гостей будет сопровождать охрана, но их вы в расчет не принимайте.

Ну конечно не примем. Сопровождающие лица — всегда бесплатно. У нас своя работа — у них своя.

— В наш филиал приезжает проверяющий из Москвы. Точнее, проверяющая. Нам бы ее того... Сплавить куда-нибудь часа на три. А лучше на четыре. Сделаете? Только молодую девушку-гида не присылайте. Не любит она их. Возьметесь? Вот спасибо, вот выручили...

На вечер у нас забронирована экскурсия «История оружия» для небольшой компании серьезных мужчин, по виду — крупных административных работников. Слушают внимательно, лица напряженно-мрачные. Проводник извлекает на свет принесенные с собой мечи, показывает приемы фехтования. Взрослые серьезные мужчины на глазах сбрасывают груз лет. На всех лицах написано общее мальчишеское «Дай потрогать». Дальше экскурсия проходит как по маслу.

Пятница

Вечером у нас прослушивание — кандидат в проводники презентует свою экскурсию. Собираются сотрудники агентства и вообще все желающие — о проведении тестовой экскурсии заранее объявлено через социальные сети. Народу набирается много. Участие в тестовой экскурсии бесплатное. Единственное условие — каждый гость по завершении должен высказать свое мнение, указать на сильные и слабые стороны программы. Кандидат — маленькая девушка с большим багажом краеведческих знаний — сначала тушуетя и путается в словах, но понемногу берет себя в руки и начинает говорить красиво и свободно. Яркая, образная, грамотная речь — обязательное условие для всех участников проекта «Нескучный Нижний». Все мы — рассказчики. Поэтому нам «не страшны ни дождь, ни слякоть» — если на улице становится совсем уж гадко, мы с гостями просто заходим в кафе и продолжаем рассказывать там. На этот случай у каждого с собой подборка фотографий на планшете и неиссякаемый запас историй. Но на этот раз обходимся без кафе — выходит солнце, и на короткое время все вокруг становится волшебным и празднично-ярким. Стоим на Волжском Откосе, кое-как спрятавшись от ветра, кандидатка читает стихи нижегородской поэтессы Анны Мысовской: «Итак, не клеймите суждением холодным порывов, стремлений благих...» После такого финала критиковать никому не хочется. Признаем тестовую экскурсию стопроцентно успешной и расходимся по домам. Завтра мы снова поведем неравнодушных, любознательных, не побоявшихся холодного ветра гостей знакомиться с прекрасным древним городом на слиянии Волги и Оки — Нижним Новгородом.

Дневник вела НАДЕЖДА ФИЛИППОВА, директор по маркетингу компании «Нескучный Нижний»

ж у р н а л
Турбизнес
Travel Trade Russia

продолжает подписку на 2013 год



Стоимость подписки

(16 номеров - 16 выпусков), включая НДС 18% - 4153,60 руб.

Подписчикам журнала гарантируется:

доставка журнала по Москве — курьерской службой, доставка журнала по регионам — почтой, бесплатное получение тематических приложений, пригласительных билетов и путеводителей по туристическим выставкам, информационных материалов ведущих туроператоров.

Дополнительная информация:

Отдел распространения ИД «Турбизнес», тел. (495) 723-72-72,
e-mail: l.tarasyuk@tourbus.ru

✂ Подписной купон

Фирма _____
Профиль деятельности _____
ФИО и должность получателя _____
Индекс _____ Факт.адрес _____
Тел./факс _____
e-mail _____
www _____
ИНН _____
КПП _____

Наши реквизиты:

ООО ИД «Турбизнес», ИНН 7743553760, КПП 774301001, ОАО МКБ «Замоскворецкий»
Г. Москва, БИК 044583636, р/с 40702810100000003981, к/с 30101810400000000636



Роскошь как состояние души

ЭРИК ЙОХАНСЕН — основатель и креативный директор компании Stylt Trampoli AB, которая находится в шведском Гётеборге и занимается архитектурой, дизайном и маркетингом. Эрик и его команда причастны к созданию более 450 ресторанов и 250 отелей по всему миру, в том числе Radisson Sony Hotel в Санкт-Петербурге, The Hilton Trafalgar в Лондоне и Lydmar Hotel в Стокгольме. Дизайнер Йохансен «по совместительству» — скульптор и философ.

ТЕКСТ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

Эрик, как началась ваша карьера дизайнера?

Сам я из Норвегии, но живу в Швеции. После окончания художественной школы во Флоренции уже более 20 лет работаю в сфере проектирования отелей и ресторанов. С 1988 года этой темой плотно занимается моя компания Stylt Trampoli AB. В основном мы работаем на скандинавском рынке, но бывают заказы из других стран мира.

Как возникают идеи необычных решений?

Вариантов множество. Например, одна из моих работ — интерьер ресторана в отеле Hilton Trafalgar в сердце лондонского Вест-Энда. В основе его концепция я использовал образ бабушкиного старинного котелка, в котором она варила кашу. На облике интерьеров отеля Klaus K в Хельсинки сказались мои впечатления от народного эпоса «Калевала». Этот дизайн-отель разделен на две части — темную и светлую. В некоторых

номерах есть ванная комната, из которой открывается чудесный вид на оживленный центр города. Номера с панорамной ванной и ночной клуб расположены на темной стороне, остальные помещения — на светлой. В шведском городе Упсала мы использовали под ресторан старое заброшенное здание, где раньше размещались железнодорожные кассы. Чтобы его преобразить, наш архитектор ездил в Лондон, Париж и Рим, где изучал архитектурные памятники, связанные с железной дорогой. В результате мы устроили в здании итальянское кафе, английский и французский рестораны, в которых царят дух странствий и атмосфера известных вокзалов мира.

А люди вас вдохновляют? В качестве основы для ресторанного дизайна мы используем самые разнообразные истории, связанные с известными личностями — представителями королевских фами-

>>> В Великобритании есть обувной магазин, где вы можете купить только две пары обуви, если даже вам требуется только одна. Вторая пара отправляется беднякам в ту страну, где произведена обувь. Таким образом, магазин помогает покупателю ощутить свою значимость, участвуя в глобальном социальном проекте, помогая бедным по всему миру.



« В последние годы у людей существенно изменились требования — если двадцать лет назад в отель приезжали, чтобы просто переночевать, а в ресторан приходили, чтобы банально утолить голод, то сейчас эти заведения используются как место, где можно самоутвердиться, отвлечься от повседневности, получить новые зрительные и эстетические впечатления. Если этого нет, ресторан не будет пользоваться успехом, даже если в нем работают прекрасные повара. Современному клиенту помимо удовлетворения основных потребностей требуется особая уникальная атмосфера. А ее можно создать только в том случае, если в интерьерах присутствует душа »»

ЭРИК ЙОХАНСЕН

лий, музыкантов, актеров. Например, в создании «Стейкхауса» в Упсале была использована история спортсмена-каратиста, который стал популярным актером. Однажды пришлось провести целое исследование, чтобы понять, каким хотят видеть ресторан люди, приезжающие на горнолыжный курорт. Результатом стало появление ресторана Danilo, в основу которого была положена история легендарного кинооператора, снимавшего фильмы Федерико Феллини. Дело в том, что первый показ фильмов в Скандинавии был связан с приобретением лицензии на торговлю спиртными напитками в кинотеатре, и мы увязали две эти истории.

Вы известны своим оригинальным отношением к понятию luxury. В чем это выражается?

У большинства людей сложилось представление о роскоши и классе «люкс» в виде пятизвездных отелей, автомобилей «Феррари» и бриллиантов, которые считаются лучшими друзьями девушек. Однако, согласно современным научным социологическим исследованиям, существует пять уровней роскоши и, оказывается, все вышеперечисленные вещи относятся к первому — нижнему — уровню. Но поскольку уровней пять, можно себе представить, какие огромные возможности это дает дизайнерам, работающим в сфере гостеприимства.

Что это за пять уровней роскоши? Первый уровень — это приобретение товаров и услуг класса «люкс». Сюда относятся ювелирные изделия с бриллиантами, высокие каблуки эксклюзивных женских туфель, дорогие автомобили. Покупая их, человек, прежде всего, демонстрирует собственную финансовую состоятельность и особый статус.

Второй уровень роскоши также служит средством выделения себя из толпы, но при этом обращаются к далекому прошлому, которое имеет большую ценность, нежели очень дорогие, но современные вещи. Человек, например, владеет замком, возраст которого перевалил за пятьсот лет. Древние стены, увитые плющом, сами по себе служат доказательством его богатства и стабильности. Именно поэтому многие модные отели активно эксплуатируют тему истории, используя, например, старинную кожаную мебель. Или маскируют ее под старину благодаря специальной обработке.

На третьем уровне происходит отход от традиционных материальных ценностей. Здесь важны определенные эмоциональные реакции человека. Это приводит к тому, что в дизайне проявляется все меньше функциональности и преобладает иррациональный подход.

Понятие роскоши выходит за рамки моих привычных представлений...

Да, это понятие многослойно. Четвертый уровень связан с осознани-

ем собственной значимости. Для этого необходимо вызвать у людей определенный отклик. В этом плане интерес представляет опыт компании SOK, которая управляет не только отелями, но и сетью пиццерий. В некоторых из них установлены школьные парты. Садясь за них, посетители невольно возвращаются в свое детство. Как ни странно, такие пиццерии весьма популярны у богатых людей, которые за партой в полной мере ощущают свою принадлежность к социуму, что, по их словам, помогает генерировать новые идеи. В результате проект оказался прибыльным.

И, наконец, пятый уровень роскоши должен вызывать ощущение интеллектуальности, поэтичности, престижности. На этом уровне мы полностью отходим от понятия бренда, поскольку главным здесь становится собственный опыт потребителя. Примером может служить уникальная гостиница Tree Hotel, где комфортные номера располагаются на настоящих деревьях в лесу.

Результаты исследований ученых говорят о том, что в будущем спросом будут пользоваться именно верхние уровни роскоши, основанные на философии, собственной значимости, поэтичности.

Вы являетесь автором дизайна Radisson Sonya Hotel в Санкт-Петербурге. В этом проекте использовались критерии пятого уровня?

Основой интерьерного решения стала концепция «дизайн, душа и драма», созданная по мотивам романа Достоевского «Преступление и наказание». В романе очень точно передана атмосфера Петербурга, поэтому он стал для нас важным источником вдохновения. На творческую работу ушло три года, и гостиница стала органичной частью города. Дизайн по Достоевскому, несомненно, привлекает большое внимание, а специально разработанные оригинальные детали интерьера создают особую атмосферу, которая интригует и впечатляет каждого гостя. Практическая деятельность отеля подтвердила верность концептуального решения — появились постоянные клиенты, которые ценят не только удобство и комфорт, но и яркую индивидуальность гостиницы, а также особую ауру, передающую дух города.

Над входом в каждый номер помещены цитаты из романа. Стены номеров украшают портреты Наполеона, который сыграл большую роль в процессе духовного становления Родиона Раскольникова. Всюду присутствуют русские мотивы и детали, созданные под впечатлением от книги. Например, многие комнаты украшают фрагменты картины «Сикстинская Мадонна» Рафаэля, которую Федор Достоевский признавал как высочайшее произведение искусства, и мог стоять перед ней часами, бывая в Дрездене. Даже рабочий стол в каждом номере был разработан по аналогии с письменным столом самого писателя.

МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ЯРМАРКА ПУТЕШЕСТВИЙ

16-18 МАЯ 2013

ГОСТИНЫЙ
ДВОР



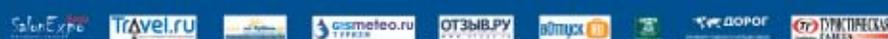
Генеральный партнер:



Генеральный интернет-партнер:



Интернет-партнеры:



При поддержке:



Информационная поддержка:



WWW.MITF.SU



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

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ
 УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ

9^й
 ВЫПУСК

гостиницы · конгресс-центры · выставочные комплексы · MICE-компании

ТИРАЖ:
 10 000 экз.

ДАТА ВЫХОДА:
 1 марта 2013 г.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:
 вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг и MICE-компаний, на специализированных выставках и workshop

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

conference.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
BUSINESS TRAVEL

Турбизнес
 ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Дополнительная информация о размещении в каталоге

тел./факс: (495) 723-7272

e-mail: catalog@tourbus.ru