

№5 Май 2013

www.tourbus.ru

# Турбизнес

Travel Trade Russia

ONLINE СИСТЕМА БРОНИРОВАНИЯ PRINCESS CRUISES  
И CUNARD LINE НА WWW.BREEZE.RU

Ваш круиз – за три шага!



PRINCESS CRUISES  
escape completely

## КРУИЗЫ ОТ БРИЗА

7 ИЗ 10 ЛЮБИТЕЛЕЙ КРУИЗОВ В РОССИИ  
ПРЕДПОЧИТАЮТ ПУТЕШЕСТВОВАТЬ С НАМИ

СРЕДИЗЕМНОЕ  
МОРЕ

БРИТАНСКИЕ  
ОСТРОВА  
И ПАРИЖ

ИСЛАНДИЯ  
И НОРВЕЖСКИЕ  
ФЬОРДЫ

АЗИАТСКИЕ  
ЖЕМЧУЖИНЫ  
И ЯПОНИЯ



РУССКОЯЗЫЧНЫЕ ГРУППЫ

ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ

МЕНЮ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

NEW ROYAL PRINCESS 5\* LUX

КРУИЗЫ ПО ВСЕМУ МИРУ

SEABOURN

Regent

SILVERSEA

CRYSTAL

CUNARD

PRINCESS CRUISES

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ PRINCESS CRUISES И CUNARD LINE В РОССИИ И СНГ



WWW.BREEZE.RU  
(495) 926-99-40



# amazing THAILAND

*Always Amazes You*

Туристическое Управление Таиланда

Московский офис

info@tourismthailand.ru

Б.Спасоглинищевский пер.,

д.9/1, стр.16, офис 4

Тел: (495)6232505, Факс: (495)6232773

[www.fanclub.tourismthailand.ru](http://www.fanclub.tourismthailand.ru)

[www.tourismthailand.org/ru](http://www.tourismthailand.org/ru)



Пхукет



Паттая



Генеральный директор  
ИВАН КАЛАШНИКОВ

Заместитель генерального директора,  
главный редактор  
ЕЛЕНА БОРИСОВА

Заместитель главного редактора  
ЯН ХВИЛЕР

Заместитель главного редактора,  
главный художник  
АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

Номер подготовили:  
СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ,  
АННА ЮРЬЕВА,  
НАДЕЖДА КАЛИСТРАТОВА,  
МАРИНА МАРТЫНОВА,  
ВЛАДИСЛАВ СУРОВЕГИН,  
НИКОЛАЙ СОБОЛЕВ

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

Отдел рекламы ОЛЬГА МАЛЬЦЕВА,  
НАТАЛИЯ ЖЕЛЕЗОВА,  
АНАСТАСИЯ ПШЕНИЧНАЯ  
[reclama@tourbus.ru](mailto:reclama@tourbus.ru)

Отдел распространения  
ЛАРИСА ТАРАСЮК  
[ltarasjuk@tourbus.ru](mailto:ltarasjuk@tourbus.ru)

Отдел workshop ЛЮДМИЛА СИВОВА  
[workshop@tourbus.ru](mailto:workshop@tourbus.ru)

Выпуски Destinations  
АЛЕКСАНДР ПОПОВ  
[a.porov@tourbus.ru](mailto:a.porov@tourbus.ru)

Учредитель ООО «Турбизнес»

Издатель ООО ИД «Турбизнес»

Отпечатано в России  
Тираж 10 000 экз.

Адрес редакции  
Москва, Суворовская площадь, д. 2, стр. 3

Почтовый адрес  
107031, Москва, а/я 32  
Тел./факс (495) 723-72-72

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

Журнал «Турбизнес  
на Северо-Западе» (СПб)  
(812) 335-08-83, 310-32-45  
E-mail [tourbus@westcall.net](mailto:tourbus@westcall.net)

Журналы ИД «Турбизнес»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВЫЙ ТУРИЗМ  
**BUSINESS TRAVEL**

**Destinations**  
ТУРБИЗНЕС

Посетительный бизнес  
**Пять звезд**

**Турбизнес**  
на Северо-Западе

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...



В конце апреля в Москве открылось представительство по туризму, спорту и коммерческому маркетингу Вологодской области. Его возглавила хорошо известная в туристическом сообществе Елена Сургуладзе. Основные направления работы офиса – взаимодействие с федеральными органами управления в сфере туризма, содействие реализации инвестиционных проектов на территории области, реклама Вологодчины в стране и за рубежом. В настоящее время регион посещают около 600 тысяч туристов. До 2020 года планируется увеличить это число до 1 млн туристов. Развитие вологодского туризма имеет большие перспективы за счет удобного расположения области, нетронутой природы, множества объектов культурного и исторического наследия. Уже достигнуты договоренности о присвоении аэропорту Череповца статуса международного, что скажется на росте турпотока из-за рубежа. Также выделены средства на развитие аэропорта в Великом Устюге, где находится Вотчина Деда Мороза.

## В НОМЕРЕ

### СОБЫТИЯ

- 8 Время в лицах
- 10 Хроники рискованного бизнеса
- 20 Перечитывая заново

### 18 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК –

### РОССИЯ

### АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

- 22 Болевые точки выездного туризма
- ### ТЕМА НОМЕРА
- 25 Рывок, еще рывок
  - 27 Общими силами
  - 28 Кадровая элита для турбизнеса
  - 30 Концепция непрерывного образования
  - 32 Бежать быстро или очень быстро

### РЕГИОНЫ РОССИИ

- 34 Если Волга разольется...
- 36 Тамбовские миллионы
- 37 Архангельск в перспективе

### ТРАНСПОРТ

- 40 Расширяя границы Азии
- 42 Российские подмостки для британского дебюта
- 43 Кому нужен лоукост

### ГОСТИНИЦЫ

- 44 В исполнении звезд
- 47 Кризис легче переживать вместе

### РЫНКИ

- 50 Мальта: отдых, обучение, «Фейсбук»
- 52 По морям – по островам
- 54 С оттенком экзотики
- 57 Через три года – миллион
- 58 Иордания: новые впечатления
- 60 Эксклюзивно в Финляндии
- 62 По своим каналам
- 64 Фламандский дивертисмент
- 66 Турция остается лидером

### 68 КРУИЗЫ

### 70 VIP-КЛИЕНТ

# Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.



Объединяя турбизнес России

# «Турбизнес» в цифрах и фактах

>>> ИД «Турбизнес» – это

## 15 брендов

в информационной, издательской и маркетинговой деятельности.



>>> ИД «Турбизнес» выпускает

## ПЯТЬ журналов:

«Турбизнес», Business Travel, «Пять звезд», Destinations, «Турбизнес на Северо-Западе» и ежегодный каталог «Россия. Конгресс-услуги».



>>> ИД «Турбизнес»

хорошо знают как организатора workshop в российских регионах. За 15 лет проведено

## 350 workshop

в 42 городах России, Казахстана, Азербайджана, Чехии, Венгрии, Польши и других стран.

>>> За 15 лет деятельности Издательский дом «Турбизнес» выпустил в общей сложности более

## 400 журналов.



>>> ИД «Турбизнес» – это несколько крупных онлайн-проектов:

## tourbus.ru, 5stars-mag.ru, bt-magazine.ru, conference.ru,

профессиональные новостные рассылки.



>>> ИД «Турбизнес» – **пионер во многих начинаниях на рынке:** в 1998 году первым начал проводить workshop в российских регионах, выпустил первый российский журнал по бизнес-туризму, учредил российскую награду Russian Business Travel & MICE Award.

>>> Самый молодой отдел компании **ТБ-Events** образован всего год назад. За это время организовано два десятка конференций, образовательных дней, обучающих семинаров для турфирм, гостиниц Москвы и регионов.



# Так рождаются ТВОРЧЕСКИЕ



**Иван КАЛАШНИКОВ**  
Генеральный директор  
ИД «Турбизнес»



**Ольга МАЛЬЦЕВА**  
Директор по рекламе  
ИД «Турбизнес»



**Елена БОРИСОВА**  
Главный редактор журнала  
«Турбизнес»



**Ян ХВИЛЕР**  
Заместитель главного редактора  
журнала «Турбизнес»



**Софья КОНСТАНТИНОВА**  
Редактор сайта [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)



**Александра ЗАГЕР**  
Главный редактор журнала  
Business Travel



**Элеонора АРЕФЬЕВА**  
Главный редактор журнала  
«Пять звезд»



**Елена ГОЛОВИНА**  
редактор выпусков  
Destinations



**Анастасия ПШЕНИЧНАЯ**  
Менеджер отдела рекламы



**Екатерина ТЫНЯНОВА**  
Руководитель отдела  
международных проектов



**Людмила СИВОВА**  
Начальник отдела workshop



**Виктория ПЕРОВА**  
Менеджер отдела workshop



**Алевтина КАРЕВА**  
Менеджер отдела workshop



**Людмила СИВОВА**  
Начальник отдела workshop



**Виктория ПЕРОВА**  
Менеджер отдела workshop



**Алевтина КАРЕВА**  
Менеджер отдела workshop



**Алевтина КАРЕВА**  
Менеджер отдела workshop

# идеи будущего

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.



**Алексей ПЕЛЕВИН**  
Главный художник журнала  
«Турбизнес»



**Ирина СМЕРНОВА**  
Главный редактор журнала  
«Турбизнес на Северо-Западе»



**Сергей ДЕМЕНТЬЕВ**  
Обозреватель



**Александр ПОПОВ**  
Шеф-редактор выпусков  
Destinations



**Светлана КОНОВАЛОВА**  
Редактор-дизайнер выпусков  
Destinations



**Елена СМЕРНОВА**  
Старший редактор выпусков  
Destinations



**Юлия ТАТАРЕНКО**  
Руководитель отдела  
специальных проектов



**Лариса ТАРАСЮК**  
Начальник отдела  
распространения



**Лариса ЛАВРОВА**  
Менеджер отдела  
распространения



**Кристина СИВОВА**  
Менеджер отдела workshop



**Евгения ШУМАНСКАЯ**  
Менеджер отдела workshop



**Иван КАЛАШНИКОВ**  
Генеральный директор  
ИД «Турбизнес»







**Генеральный директор  
компании «САМО-СОФТ»  
АНТОН РОССИХИН**

Дружный коллектив «САМО-Софт» от всей души поздравляет журнал «Турбизнес» с 15-летием! Все эти годы вы всегда были на передовой туристического бизнеса, реализовали и успешно продвигали не только многие свои проекты, но и содействовали продвижению всего нового и прогрессивно-

го. Ваша взвешенность и объективность всегда вызывает уважение, а оригинальность многих рубрик — восхищение.

Желаем, чтобы приобретенный опыт и высокие результаты работы с каждым следующим годом были все больше и лучше, появлялись новые идеи, интересные проекты и хорошие партнеры. Мы рады, что нашли в вашем лице компанию, с которой рады сотрудничать и просто дружить! Дерзайте и радуйте нас своими успехами. С днем рождения, «Турбизнес»!

**Генеральный директор  
компании «Астравел»  
ВАЛЕРИЙ ЛОЩИЦ  
и исполнительный директор  
ГЕННАДИЙ КОВОВ**

Боже мой! 15 лет на рынке профессиональной туристской прессы! И до сих пор в полном здравии! И даже за последние годы «размножился» до трех изданий (деловой туризм и гостиничный бизнес), и сам все еще довольно толстый и без всяких ненужных околотуристских сплетен. Похвально! Если вспомнить о множестве специальных выпусков журнала, сайте, об огромной работе по организации деловых встреч в регионах, то вряд ли мы найдем подобное «Турбизнесу», полезное для бизнеса уже не только издание, но Издательский дом! А ведь сколько изданий уже, к сожалению, прекратило свое существование, и вряд ли кто-нибудь сможет их перечислить.

Рады поздравить с этим юбилеем Издательский дом, журнал «Турбизнес», его прекрасных отзывчивых сотрудников и, конечно же, генерального директора Ивана Калашникова, которого мы помним с тех пор, когда он совсем молодым в начале девяностых работал в газете «Турифо». Надо отметить, что журналы ИД «Турбизнес» отличают основательность, любовь к туристским технологиям, интересные статьи с анализом не только российского, но и зарубежного туристского бизнеса, информационные материалы о деятельности международных туристских организаций.

Наверное, как и у всех, у вас бывали и трудные времена, но, как правильно заметил известный английский писатель Мерфи в его Первом законе Скотта «Что бы плохое ни произошло, оно, скорее всего, будет казаться потом нормальным». Пусть и дальше у вас все будет нормальным! Счастья и здоровья всему дружному коллективу!



**Директор по маркетингу  
и PR компании «Анекс Тур»  
НАТАЛЬЯ АКИМЦОВА**

Дорогие друзья и коллеги! Международный многопрофильный туроператор Anex Tour поздравляет коллектив журналистов и авторов журнала «Турбизнес» с 15-летием! За годы своей плодотворной и творческой работы «Турбизнес» стал незаменимым деловым атрибутом и настольным журналом для специалистов туристической индустрии по всей стране. Это издание выдержало испытание временем, что является свидетельством его высокой профессиональной планки. Желаем коллективу редакции крепкого здоровья, творческого вдохновения и новых свершений. А читателям «Турбизнеса» — радости общения с любимым журналом и бизнес-успехов!

**Генеральный директор  
компании Ras Group  
ИЛЬЯ ИТКИН**

С Днем рождения, с 15-летним юбилеем, всегда интересный и информативный «Турбизнес»! Желаю всей вашей дружной команде профессионалов и дальше так же стремительно развиваться, покорять невиданные вершины, не останавливаться на достигнутом, совершенствоваться и радовать всех нас новыми креативными проектами. Невероятной удачи, оптимизма, весеннего праздничного настроения и ярких путешествий!



**Генеральный директор  
компании «Бриз Лайн»  
МАКСИМ РАДИОНОВСКИЙ  
и директор по продажам и маркетингу  
ЛЮДМИЛА ФЕДОРОВА**

Уважаемые коллеги, дорогие друзья! Поздравляем вас с 15-летием журнала! 15 лет — это очень большой срок в нашем непростом бизнесе. За это время «Турбизнес» превратился в одно из лучших профессиональных изданий в нашей стране. А также стал нашим хорошим партнером! Поэтому мы желаем вам многих лет успешной работы, осуществления самых смелых творческих замыслов, процветания и благополучия! Удачного плаванья!



# Наше время в лицах





# Хроники рискованного бизнеса

За последние два десятилетия российская туриндустрия прошла большой путь, переживая многочисленные взлеты и падения. В конце 1980-х годов организацией туризма в нашей стране занимались пять государственных структур – Госкоминтурист, Центральный Совет по туризму и экскурсиям ВЦСПС, Бюро международного молодежного туризма «Спутник», Управление туризма Минобороны и Министерство среднего и специального образования – станции детского и юношеского туризма. В 1989 году появились первые частные турфирмы – «Роза ветров», Ras Travel, «Ост-Вест», «Содис», «Восток» (будущая «Экспресс Лайн»), «Время-Тур», «Турбюро Москва», ТБК «Спутник». В России начался период стремительного развития коммерческого туризма.



## Становление (1990-1995)

»»» 1990 год стал годом рождения туроператорских компаний «Клуб международных путешествий», «Нева», «Ассоциация Путешественников», «Виза Конкорд», «Ланта-тур вояж».

### 1990

В 1990 году малое государственное предприятие при МГУ «Академсервис» начало заниматься студенческими обмeнами, организацией семинаров и конференций для студентов и научных работников, языковых курсов для иностранцев. Годом позже фирма приняла первых зарубежных туристов, а еще через год отправила первые российские группы в Таиланд и на Кипр.

Впервые за последние десятилетия было подписано соглашение об эксплуатации российской авиакомпанией самолетов иностранного производства — договор о лизинговой аренде пяти лайнеров А-310 был заключен между «Аэрофлотом» и концерном Airbus Industries. На воздушных трассах России эти лайнеры появились в 1993 году. В Новосибирске прошла первая в России региональная выставка по туризму «Турсиб-Спортсиб», организованная АО «Сибирская ярмарка».

**1991**

Распоряжением Совета Министров РСФСР № 400 от 5 сентября 1991 года создана Российская акционерная компания по иностранному туризму. 5 ноября была основана первая частная авиакомпания России — «Трансаэро». Несмотря на значительные финансовые проблемы, пик которых пришелся на середину 1990-х годов, перевозчик сумел удержаться на рынке и в настоящее время считается одним из лидеров отечественной гражданской авиации. Еще одно знаковое для отечественного туриз-

ма событие 1991 года — российские турфирмы получили возможность продавать авиабилеты. В 1991 году на российский рынок пришли сразу три гостиничные цепочки — Pullman (Iris), Inter-Continental («Метрополь») и Radisson («Славянская»). Позднее свои гостиницы в России открыли цепи Kempinski и Novotel (1992 год), Renaissance и Marco Polo (1993 год), Sofitel, сменивший Pullman, и Forte (1994 год), Le Meridien, к которому перешли гостиницы Forte (1996 год), Sheraton, поглотивший Marco Polo, Forte New Hotel Group и Marriott (1997 год), Quality Hotel в Тюмени и Holiday Inn (1998 год).

>>> Образованы компании «Айрин», «Конкорд», «Спектрум-Интур», «Алеф», «Вертикальный мир», «Москва-тур», «Примэкс-спресс», «Тройка туризм сервис», «Холлидей-М», «ЦСТЭ-Интур».

**1992**

Указом президента РФ от 27 марта 1992 года было образовано Министерство культуры и туризма. Весной в Санкт-Петербурге в павильонах «Ленэкспо» прошла фактически первая в России выставка по туризму с международным участием «Туризм и отдых'92», участниками которой стали 90 турфирм. Она стала прародительницей Международного туристского фестиваля Intourfest, впервые состоявшегося год спустя и организованного при участии АО «Санкт-Петербург Экспресс». В фестивале участвовали свыше 450 турфирм.

Открылся первый в России хостел — St.-Peterburg International Hostel.

В июне было принято решение правительства РФ о преобразовании государственной авиакомпании «Аэрофлот — Советские авиалинии» в ОАО «Аэрофлот — Российские международные авиалинии» с 51%-ным участием государственного капитала. Одновременно компания лишилась официального статуса национального перевозчика.

Указом президента РФ №1148 от 30 сентября 1992 года был образован Комитет Российской Федерации по туризму, на который возложены вопросы иностранного и внутреннего туризма. 5 августа 1992 года стартовала первая российская чартерная программа в Египет (Каир). Организаторы — турфирма «Спектр-Интур» (нынешнее название — «Спектрум») и авиакомпания «Алак». Было выполнено три рейса, ориентированных, прежде всего, на шоп-туристов.

16 декабря компания «Спектр-Интур» запустила первую чартерную цепочку в Шарджу (ОАЭ) с авиакомпанией АТ (затем — с «Трансаэро»). В первый день после выхода рекламы чартера

было куплено более 100 путевок. В декабре был выполнен первый чартерный рейс из Москвы в Хургаду на Новый год.

С упразднением в начале года Министерства гражданской авиации СССР за очень короткое время в стране появились более 400 авиакомпаний, в том числе около 150 в Московском АТУ. В последующие годы число перевозчиков значительно сократилось. Одновременно был дан импульс развитию ключевого для гражданской авиации современной России процесса разделения авиаотрядов на аэропортовые и собственно авиационные службы, который активно продолжался в течение трех лет.

Основана компания «Светал», которая в мае впервые в России объявила собственную чартерную программу в Стамбул с «Внуковскими авиалиниями». Программа успешно просуществовала два года. В течение последующих 5 лет «Светал» открывал новые чартерные направления — Анталья (1993 год), Даламан, Алгарви и Малага (1995 год), Реус, Монастир, Бали и Пхукет (1996 год), Лигурия, Сардиния (1997 год). Началась «черная» полоса для российских курортов. Повышение цен на путевки спровоцировало резкое падение спроса. Если в 1990 году было обслужено 6,3 млн человек, то в 1992 году — 2,7 млн, а в 1993 году — 1,8 млн человек. Среднегодовая загрузка здравниц таких популярных курортов, как Сочи, Анапа, Геленджик, Туапсе, снизилась до 30–35%.

>>> Созданы туроператорские компании «Инна Тур», «Арт-Тур», «Асент Трэвел», «Большое путешествие», «ДСБВ-Турс-Континент», «Натали Турс», «Скайтер», «СКМ-Трэвел», «Солвекс-Трэвел», «Спектрум», «Де Визу», MITS.

»»» В Москве на Тверской-Ямской улице открылась одна из первых гостиниц международного класса «Шератон Палас Отель». По инициативе компании IRO-Travel открылся первый хостел в Москве – Travel Guest House. Образована российская хостел-ассоциация RYHA.

»»» На российском рынке впервые появилось представительство глобальной компьютерной системы бронирования Amadeus. К концу 1994 года у Amadeus было всего 10 агентств-подписчиков в России.

»»» Произошло первое громкое банкротство и исчезновение директора турфирмы. Работавшая на тайском направлении крупная компания «Делекс» внезапно прекратила существование. Через 9 месяцев был убит ее директор Александр Шулепов.

## 1993

В феврале состоялся первый чартерный рейс из России (Москва) на Шри-Ланку. Организаторы — «Москва-Интур» и авиакомпания «Аэрофлот». Постановление Совета Министров правительства РФ от 9 марта 1993 года №211 установило, что Комитет Российской Федерации по туризму является правопреемником бывшего Госкоминтуриста СССР и упраздненного Главного управления по иностранному туризму при Совете Министров РСФСР. 9 апреля образована Национальная туристская ассоциация (НТА), учредителями которой выступил коллектив инициаторов из 20 человек. 9 апреля 1993 года компания «Спектр-Интур» совместно с 235-м авиаотрядом (позднее переименован в авиакомпанию «Россия») организовала чартерную программу в Римини. В течение полу-

тора лет оператор оставался монополистом на этом направлении, поскольку Римини был натовским аэропортом.

15 апреля вышел в свет нулевой номер профессиональной туристической газеты «Турифо».

27 июля на первом съезде, проходившем в ДК МГУ, образована Российская ассоциация туристических агентств РАТА (компании-учредители: «Турифо», «Академсервис», «Куинс», «Евро-Азиатская линия»). Президентом РАТА был избран директор «Турифо» Виктор Ремизов. В 1996 году на этом посту его сменил Сергей Шпилько.

В ноябре на 10-й сессии Всемирной туристской организации Россия избрана в Исполнительный совет ВТО.

25 декабря вышло постановление правительства «О лицензировании международной туристской деятельности в РФ».

## 1994

Указом президента РФ от 10 января 1994 года создан Комитет РФ по делам молодежи, физической культуре и туризму. Он стал правопреемником Комитета РФ по физической культуре и Комитета РФ по туризму.

С 1 февраля началась выдача лицензий на право заниматься международной туристской деятельностью. К сентябрю лицензии получили более тысячи фирм. С 1 августа осуществление международной туристской деятельности на территории России без лицензии было запрещено. В конце марта в московском «Экспоцентре» впервые прошла международная выставка по туризму MITT. Сегодня она считается одним из веду-

щих профессиональных мероприятий в отрасли в мировом масштабе.

27 сентября в Москве открылось первое зарубежное представительство по туризму — представительство Министерства туризма Греции.

В ноябре на Лондонской выставке World Travel Market впервые появился объединенный российский стенд, организованный Московским конгрессным бюро. Он собрал около 30 экспонентов. Впервые российская турфирма «Айрин» открыла зарубежное представительство компании в Нью-Йорке.

Начались работы по сертификации туристских услуг. Госстандарт РФ утвердил Правила сертификации туристских услуг и услуг гостиниц, а также 4 государственных стандарта.

## 1995

С сентября 1995 года началась замена действующих загранпаспортов российских граждан.

23 октября в московском «Манеже» открылась первая международная выставка «Отдых».

В ноябре руководство компании «Аэрофлот» приняло эпохальное решение о развитии сети внутрироссийских маршрутов. Были открыты рейсы в Новосибирск, Санкт-Петербург, Хабаровск, Иркутск, Нерюнгри. 9 ноября состоялся первый полет по маршруту Москва — Новосибирск — Москва на самолете Ил-62.

В ноябре основана новая авиакомпания ЗАО East Line. Первоначально основной сферой ее деятельности были грузовые перевозки, с 1997 года East Line приступила к открытию собственных пассажирских маршрутов как на международных, так и на внутренних авиалиниях.

Первая регулярная чартерная программа из России в Египет (Хургада) организована в сентябре компанией «Москва-Тур» совместно с авиакомпанией «Трансаэро».

**ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ  
ХРОНИКИ ВЕДЕТ ЯН ХВИЛЕР**

# ТУРЦИЯ – СВОЯ ДЛЯ КАЖДОГО!



Гора Немрут/ Адьяман



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

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



Одни из лучших рассветов в мире.  
Приезжайте, чтобы увидеть.



»» На **36%** планируют увеличить свои расходы на туристические поездки путешественники из РФ. Таковы данные исследования Global Travel Intentions Study 2013, проведенного по заказу компании Visa. В среднем россияне тратят на поездку \$2569, по прогнозу, в обозримом будущем эта сумма увеличится до \$3501.

## ВОПРОС МЕСЯЦА

КАК ЧАСТО ВЫ ПУТЕШЕСТВУЕТЕ?\*

**50%**

Три раза в год и чаще

**30%**

Два раза в год

**16%**

Один раз в год

**4%**

Реже, чем раз в год

Источник: опрос на сайте independenttraveler.com

\* — не включая деловые поездки и командировки

## «Аэрофлот» — бюджетная концепция

Компания «Аэрофлот» разработала концепцию собственного бюджетного перевозчика

Руководство авиапредприятия заявило, что уже готово начать работу в этом направлении — нужно лишь внести изменения в российское законодательство. «Нам не надо на это денег, а появление такой компании приведет к существенному удешевлению билетов», — подчеркнул генеральный директор «Аэрофлота» Виталий

Савельев. — Надо снять ограничения в вопросе лоукостеров, что поставит нас в равные условия с мировыми компаниями». За последние пять лет «Аэрофлот» не получал никаких преференций от государства, при этом на внутренних рейсах компания не является монополистом. У «Аэрофлота» прямые договоры с поставщиками ГСМ



и поэтому самое дешевое топливо. «Мы решили работать на принципиально новых самолетах, это позиция компании. Цена таких самолетов составляет минимум \$60 млн, максимум — \$155 млн», — отметил Виталий Савельев. В прошлом году компания получила 12 млрд рублей прибыли, из них 6 млрд рублей было выплачено дочерним предприятиям.

## Вятка — сказочное преобразование

С 31 мая по 1 июня в Кирове пройдет международная конференция по детскому туризму

Ожидаются сотни гостей из разных регионов, стран ближнего и дальнего зарубежья. Участники смогут познакомиться с «Заповедником сказок», чтобы оценить опыт и перспективы развития этого проекта. В эти же дни в городе во второй раз состоится Всемир-

ные сказочные игры. В этом году основные площадки форума предполагается развернуть на Театральной площади, в Александровском парке, парке Аполло, имени Кирова, на Кикиморской горе, у кинотеатра «Смена», а также в динопарке Котельнича.



## Ставрополье — вакантные позиции

В ходе реализации инвестиционных проектов в 2013–2017 годах на территории Ставропольского края потребность в кадрах на вновь создаваемые рабочие места составит около 2,6 тысячи человек

Нужны будут около 600 человек с высшим профессиональным, и около двух тысяч человек — со средним и начальным профессиональным образованием. По словам министра курортов и туризма региона Валентины Ченцовой, учитывая динамику количества выпускников образовательных учреждений региона,

можно говорить о том, что они не смогут обеспечить потребностей рынка труда. «В этом направлении мы ждем предложений от научно-образовательного сообщества», — подчеркивает Валентина Ченцова.

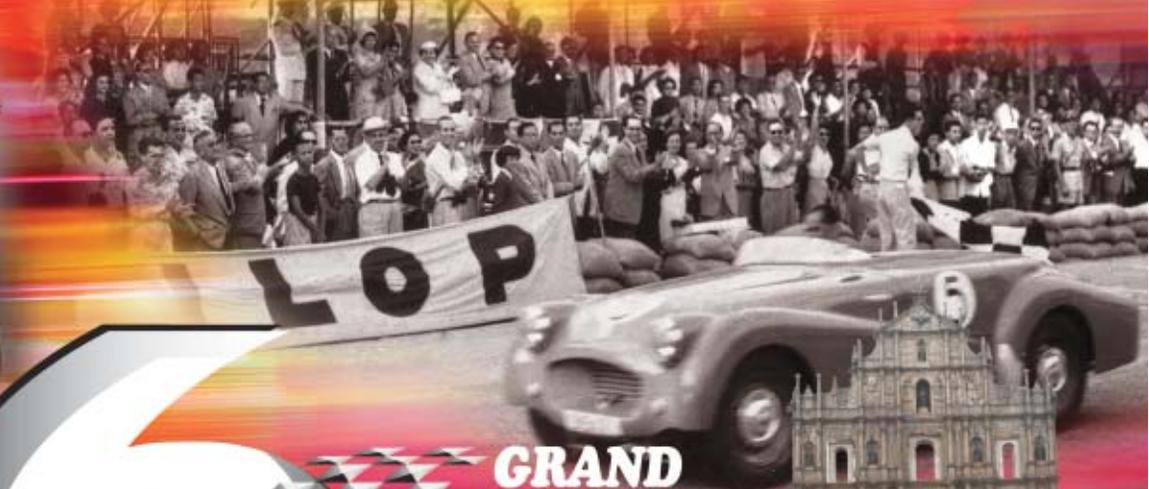
О проблемах подготовки кадров для российского туризма читайте в теме номера на страницах 25-33.

## TOP-10

### ПОПУЛЯРНЫЕ ЦЕНТРЫ ШОП-ТУРИЗМА

1. Елисейские Поля, Париж
2. Пятая авеню, Нью-Йорк
3. Андеграунд-сити, Монреаль
4. Оксфорд-стрит, Лондон
5. Картнер-штрассе, Вена
6. Кардамон-гарден, Сингапур
7. Синдзюку-одори, Токио
8. Курфюрстендамм, Берлин
9. Мёндон, Сеул
10. Старый Арбат, Москва

Источник: tourism-review.com



# Гран При Макао ЮБИЛЕЙНАЯ ГОНКА

14-17 ноября 2013 г.

## Успейте к старту!



MACAU GOVERNMENT TOURIST OFFICE  
УПРАВЛЕНИЕ ПО ТУРИЗМУ  
ПРАВИТЕЛЬСТВА МАКАО  
[www.macau-tourism.ru](http://www.macau-tourism.ru)

Большая Тульская улица, дом 11  
Тел. +7 (495) 981 5188

### ОТКРОЙТЕ ДЛЯ СЕБЯ



ТЕПЕРЬ — без виз для россиян

# КРУИЗЫ

Отправление из  
НОВОРОССИЙСКА

На теплоходе

**OCEAN MAJESTY 4\***

специально зафрахтованном для россиян

WWW.MKRUIZ.RU

Роспала



## Круиз СОЛНЦЕ АДРИАТИКИ

22.09.13 – 07.10.13 (16 дней/15 ночей)

Новороссийск – Пирей/Афины (Греция) – Котор (Черногория) – Дубровник (Хорватия) – Венеция (Италия) (2 дня) – Анкона/Сан-Марино, Ассизи (Италия) – Бари (Италия) – Корфу (Греция) – Митилини (Греция) – Новороссийск

## Круиз ИМПЕРАТОРСКИЙ ВОЯЖ

07.10.13 – 23.10.13 (17 дней/16 ночей)

Новороссийск – Пирей/Афины (Греция) – Ливорно/Пиза, Флоренция, Сиена (Италия) – Ницца/Канн, Монако (Франция) – Марсель (Франция) – Барселона (Испания) – Палермо. Сицилия (Италия) – Стамбул (Турция) – Новороссийск

МОСКВА, СТРАСТНОЙ БУЛ., 6

ТЕЛ. +7 (495) 788-0979  
+7 (495) 925-0017

МЕТРОПОЛИС  
КРУИЗ

»» СОБЫТИЯ

## Юляс принес сенсации

Традиционный Finland Workshop, ориентированный на рынки стран СНГ, прошел на заполярном курорте Юляс и собрал 120 туроператоров и агентств из России, Украины, Белоруссии и Казахстана. Партнеров принимали 54 компании из Финляндии.

Деловые встречи финских и российских партнеров ведут историю с 1994 года. За 20 лет Finland Workshop принимали Москва, С.-Петербург, многие регионы России, а также курорты Финляндии — Вуокатти, Саариселькя, Ювяскюля. Местом встречи профессионалов в этом году стал известный лапландский курорт Юляс, расположенный в 150 км к северу от Полярного круга. Выбор площадки не случаен — турпоток из России в Лапландию ежегодно растет на десятки процентов. Так, в прошлом году прирост составил рекордные 37%. По числу туристских ночевков (995 тыс. в 2012 г.) Россия прочно занимает первое место. По словам Анны-Мари Талвенсаари из Офиса по туризму Лапландии, задача на ближайшие годы — расширить традиционный зимний сезон россиян. Стабильный рост российского рынка отмечает региональный директор Visit Finland по странам СНГ Арто Асикайнен. В прошлом году россияне 5,1 млн раз пересекли финскую границу и совершили 1,5 млн гостиничных ночевков в стране. Причем, последняя цифра не учитывает ночевки в популярных у россиян коттеджах. Показательно, что наши туристы проводят в Финляндии больше ночевков, чем вместе взятые немцы, британцы и шведы.

Встреча в Юляс была богата на важные новости. Об амбициозных планах выполнения длинной чартерной цепочки (с начала января до конца марта 2014 г.) из Москвы в заполярный аэропорт Киттиля на курорт Леви заявил директор компании Scandinavian Travel Group Алексей Петров. До этого сезонные чартеры не удавались ни одному туроператору на российском рынке. Успех проекта, по словам Алексея Петрова, помимо известности Леви и его отличной отельной базы, гарантирует финансовая поддержка чартерных рейсов, которую окажут программы местные власти.

Вторая «бомба» — открытие регулярного авиасообщения между Москвой и третьим по величине городом Финляндии Оулу, расположенном на западном морском побережье страны. Ожидается, что программа будет выполняться авиакомпанией «Татарстан» и стартует в декабре этого или январе будущего года.

По словам Арто Асикайнена, в этом году Visit Finland потратит на поддержку российского туризма дополнительный миллион евро. Наряду с популярными зимним лыжным и летним коттеджным видами отдыха решено продвигать новые виды туризма в Финляндию, в первую очередь оздоровительный. Под эгидой Visit Finland создано объединение компаний, работающих в этом сегменте. Уже сейчас оно насчитывает 17 партнеров, но будет активно расширяться.

Также в 2013 году запланировано открытие финских визовых центров во многих крупных городах России.



»» В России и странах Европы запущена специальная маркетинговая программа Lapland – the North of Finland с бюджетом около

**3** млн евро.



# ФИНЛЯНДИЯ

Коттедж в Финляндии – близко  
от Вас, вдали от городской суеты.



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

# Вестник

## ТУРИСТИЧЕСКИЙ

### РОССИЯ

№7

Ежемесячный вестник Департамента туризма и региональной политики Минкультуры России

#### В ФОКУСЕ



**АЛЛА  
МАНИЛОВА**

## Россия и Болгария: стратегия сотрудничества

Заместитель министра культуры РФ Алла Манилова и заместитель руководителя Ростуризма Дмитрий Амулец приняли участие в рабочей встрече с чрезвычайным и полномочным послом Болгарии в РФ Бойко Коцевым. В ходе встречи были согласованы вопросы двустороннего сотрудничества в сфере туризма и пути активизации туристического взаимодействия.

Стороны договорились взаимодействовать в области культурно-познавательного, оздоровительного туризма и паломнических туров. Кроме того, в планах двух стран – подписание соглашения о проведении обменного Года туризма «Россия–Болгария» в 2015 году. Также по итогам встречи решено начать подготовку российско-болгарского культурно-туристского форума.

#### ХРОНИКА



**ЭЛЬМИРА  
ХАЙМУРЗИНА**

## Воссоздание древнего маршрута

4-6 апреля в Душанбе состоялась II Международная конференция по межрегиональному сотрудничеству России и Таджикистана, в которой приняла участие заместитель директора Департамента туризма и региональной политики Минкультуры России Эльмира Хаймурзина.

В ходе конференции обсуждались вопросы реализации международного проекта «Великий Шелковый путь», направленного на создание сети историко-культурных туристских маршрутов в границах исторического Шелкового пути. В 1994 году по инициативе Всемирной туристской организации была принята Самаркандская декларация о туризме на Шелковом пути, которую подписали 19 стран. Концепция развития туризма представляет собой проект, объединяющий страны, имеющие общие исторические корни на основе исторического торгового маршрута Восток – Запад.

#### АНОНС

15-18 мая в республике Татарстан состоится расширенное заседание президиумов координационных советов по культуре и туризму при Минкультуры России по вопросам сохранения природного и культурного наследия и его эффективного вовлечения в туристический оборот.

16-18 мая в рамках туристической выставки «Интурмаркет» пройдет вторая Всероссийская открытая Ярмарка молодежного и событийного туризма Russian Open Event Expo-2013 и Всероссийский конкурс в области событийного туризма.

29-30 мая в городе Елец состоится семинар-конференция Минкультуры России по развитию индустрии национальной сувенирной продукции.

#### ПОЗДРАВЛЕНИЕ

### Уважаемые коллеги!

Департамент туризма и региональной политики Минкультуры России поздравляет Издательский дом «Турбизнес» с 15-летним юбилеем и отмечает весомый творческий вклад его коллектива в становление и развитие российской туристической индустрии, создание информационного, культурного и событийного пространства в сфере внутреннего и въездного туризма в России.

Сегодня «Турбизнес» – это авторитетный информационно-аналитический журнал, а также комплекс издательских и маркетинговых проектов для специалистов отрасли. Залог успеха коллектива – в знании специфики отрасли, многолетнем профессиональном опыте и эффективном сотрудничестве с федеральными и региональными органами управления туризмом в РФ.

Желаем ИД «Турбизнес» достижения новых творческих высот, процветания, надежных партнеров и благодарных читателей!



#### КОНТАКТЫ:

Департамент туризма и региональной политики Минкультуры России  
Москва, Газетный переулок, д. 3, корп.7, стр.1.

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

# Больше, дальше, быстрее

TripAdvisor прогнозирует рост расходов туристов в 2013 году

**П**ланы туристов по увеличению бюджета поездок выглядят многообещающе для гостиничной индустрии. В то же время европейская гостиничная индустрия не демонстрирует готовности к повышению тарифов на размещение: лишь 32% опрошенных планируют повысить цены в текущем году. Такие данные получила компания TripAdvisor в ходе проведения исследования TripAdvisorometer.

Наибольшую готовность к увеличению бюджета поездок в 2013 году проявили туристы из африканских стран (76%). Второе и третье место по этому параметру заняли туристы из стран Ближнего Востока (75%) и Южной Америки (58%).

В среднем по миру доля туристов, планирующих потратить более значительную сумму в туристических поездках, составляет 50%.

Спланировав поездку с помощью онлайн-ресур-

сов, путешественники предпочитают бронировать отели через интернет. 27% опрошенных путешественников осуществляют бронирование через интернет-турагентства, а 23% — непосредственно на сайтах отелей, хостелов и т.д. Собственный сайт обеспечивает наибольший процент бронирований (35%). Далее следуют бронирования через интернет-турагентства (18%). Результаты опроса оказались неутешительными для офисов турагентств — лишь 9% респондентов обращаются к ним с запросами о бронировании. 72% опрошенных путешественников считают, что владельцы отелей должны обеспечить потенциальным клиентам возможность бронирования через мобильные устройства. Три четверти представителей индустрии гостеприимства (74%) считают необходимым предоставить своим гостям такую возможность.

**>>> 69%**  
респондентов для планирования путешествий используют туристические порталы, публикующие отзывы туристов. В европейских странах выявлен наибольший процент пользователей туристических порталов — 76%. Далее следует Северная Америка — 71%.

## Авиабилеты

Более 300 перевозчиков

Включение сборов в конечную стоимость

Чартеры

новый раздел

+7 (495) 783-16-11

Продажа авиа и жд билетов  
в Вашем офисе!



**ТЕЛЕТРЕЙН®**  
билеты для турфирм

www.teletrain.ru

## ЖД билеты

Автоматическая круглосуточная выписка

Выписка по частичной оплате

Раздельный возврат жд билетов

скоро!

info@teletrain.ru

# Перечитывая заново

В декабре 1998 года заместитель председателя Государственного комитета по физической культуре и туризму РФ, президент Российской ассоциации туристических агентств Сергей Шпилько дал свое первое интервью «Турбизнесу». Разговор был обстоятельный и откровенный. Удивительным образом через 15 лет его актуальность, по мнению редакции, даже возросла. Убедиться в этом сегодняшним читателям «Турбизнеса» помогут фрагменты программного интервью одного из руководителей отрасли и его совсем свежие размышления на заданную тему. «Восхождение к основам» — так назывался материал — продолжается на новом витке истории российского туризма и биографии нашего героя. **СЕРГЕЙ ШПИЛЬКО**, председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, президент Российского союза туриндустрии, перечитал «избранные места» вместе с корреспондентом «ТБ».

ПОДГОТОВИЛИ ЕЛЕНА БОРИСОВА,  
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

■ — 1998 год

**«... Даже сегодня (декабрь 1998 года — Ред.) отсутствует адекватное восприятие туризма как отрасли экономики, особенно в юридической, правовой практике».**

**А сейчас, в апреле 2013 года, — на каком этапе становления находится туристическая отрасль в России?** Это зависит от региона. Россия в туристическом смысле развивается очень неравномерно. В Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Нижнем Новгороде, Томске, других городах мы очень быстро догоняем передовиков мирового туристического рынка, а в чем-то даже их опережаем.

Конечно, над повышением конкурентоспособности отечественной индустрии еще работать и работать, в том числе в отраслях смежных — визы, уровень сервиса, пассажирские перевозки.

**«На нас действует магия показателей въездного туризма по Москве и Санкт-Петербургу — это 80% по приему».**

**Успевает ли туриндустрия в нашей стране расти адекватно мировой экономической экспоненте?** Если говорить о Москве, то гостиничный фонд категории бизнес-класса — один из самых современных в мире. Все гостиницы этой категории были построены или прошли реконструкцию за последние два десятка лет. Или возьмите флотилию Radisson Royal — где,



в каком городе мира вы видели, чтобы современные прогулочные суда были ледокольного класса и курсировали зимой, когда река подо льдом? А в Москве можно встретить Новый год и Рождество у стен Кремля на комфортабельной трехпалубной яхте. Даже в северных европейских столицах, в Стокгольме, Копенгагене, Осло, Хельсинки подобные прогулки по воде пока не проводятся.

Еще одно опережающее направление — лечение на российских курортах. В абсолютном большинстве случаев это значительно более сложное и комплексное обслуживание, чем за рубежом.

**«От беготни с высунутым языком по границе отрасли от одного вспыхнувшего костра к другому хотелось бы избавиться прежде всего».**

**Изменилось отношение к туризму как отрасли экономики?** Что касается восприятия туризма в обществе, то стереотипы здесь сложились стойкие. Для большинства людей турист по-прежнему либо с палаткой на байдарке, либо в составе группы на автобусе или на круизном судне. И зафиксированное давно — и в международных документах, и в российском законодательстве определение, что турист — это тот, кто, заработав деньги в одном месте, едет (с ночевкой) тратить их в другом, в национальном массовом сознании пока не укладывается. А это в свою очередь определяет восприятие индустрии и в коридорах власти.

**«... Будучи историком по образованию, переквалифицировался и получил ученую степень уже как профессиональный экономист... Потребовались знания и навыки управленца, чиновника — приобрел».**

**Что происходило дальше, в течение трех пятилеток, с вашими знаниями и умениями?**

Закалился в борьбе за интересы отрасли. Сначала прицельно занимался этим в РСТ, сейчас добавилась работа «на земле», а именно — на московской. Применяю полученный опыт по развитию индустрии гостеприимства в продвижении крупного города, для чего продолжаю активно осваивать маркетинговые теории и практику. В общем, без отрыва от производства продолжаю учиться, учиться и учиться.

**«Меня как профессионального экономиста и управленца очень интересует процесс погружения в понимание проблем, поиск эффективных решений, их осуществление».**

**Что сегодня необходимо для осуществления эффективных решений в российском туризме?**

Бизнесу — структурироваться, стать гибче, динамичнее, не питать иллюзий на тот счет, что удастся отсидеться, уклониться от сложных решений. Технологии, экономические реалии на нашем рынке меняются стремительно, он находится в главном течении процесса глобализации. Поэтому еще одно пожелание — оставаться в курсе всех новинок и тенденций.

« Для меня, как для многих состоявшихся профессионалов, непривлекателен и даже страшен сценарий аппаратных игр, но важен момент участия в принятии управленческих решений государственного масштаба »

**СЕРГЕЙ ШПИЛЬКО**

«Турбизнес», декабрь 1998 года

## Блиц-интервью

**1998**

**Ваш принцип управления?**

Независимо от ситуации, главное правило при руководстве, как в медицине, — не навреди.

**В каких рецептах нуждается туризм?**

В настоящее время чрезвычайно важно держать связь с регионами.

**Что хотелось бы изменить?**

Из-за амбиций люди перестают мыслить конструктивно. Некоторые пытаются компенсировать дефицит профессионализма силой связей и волевых решений.

**2013**

**В чем секрет счастья?**

В том, чтобы не подменять жизнь стремлением к лучшей жизни.

**Что хотелось бы изменить?**

Перестать смотреть на жизнь глазами трудоголика.

**Чего желаете себе и другим?**

Туристам — счастливых путешествий по миру, а тем, кто работает в отрасли, — по жизни.

« Как только организаторы начинают воровать, они тут же лишаются поддержки того социального движения, на основе которого строится событие. Без подпитки от социума оно становится тусклым и никому не интересным »

**СЕРГЕЙ ШПИЛЬКО**

«Турбизнес», сентябрь 2012 года

# Болевые точки выездного туризма

Что тревожит отечественный выездной туризм, с какими проблемами сталкиваются крупные многопрофильные туроператоры?

Об этом рассуждает генеральный директор компании «АРТ-ТУР» **ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ**.

ПОДГОТОВИЛ  
СЕРГЕЙ ДЕМЕТЬЕВ

**Б**олевых точек отечественного выездного туризма сегодня много, и все они напрямую связаны с общими проблемами российского турбизнеса. Я не могу подсказать решения этих вопросов. Моя задача обозначить их и пригласить к дискуссии. Вот, на мой взгляд, перечень основных проблем, которые существуют на отечественном туррынке.

Прежде всего, это неурегулированность в законодательной сфере: вместо очевидного механизма страхования туроператорских рисков по каждой путевке нам предложена сложная система финансовых гарантий и взносов в так называемую «Турпомощь». Она порождает непрозрачность и дестабилизирует бизнес. При этом турагенты часто незаконно занимаются туроператорской деятельностью, а вся ответственность остается на туроператорах.

Наши иностранные партнеры плохо защищены. Дело в том, что механизмы финансовых гарантий практически не работают в случае, когда недобросовестные операторы обманывают своих зарубежных партнеров. Нельзя не отметить и высокую рискованность бизнеса: риски по комитментам по перевозке и наземному обслуживанию в разы превосходят возможную рентабельность и даже обороты туроператорских компаний. Это, кстати, замечают и страховщики.

В своей работе мы сильно зависим от погоды, экономики, политики и «черного» PR. Но есть и то, на что мы можем при желании повлиять. Все понимают, что с каждым годом возрастает и без того высокая конкуренция на самых популярных туристических направлениях. При этом налицо практически полное отсутствие координации между крупными игроками рынка. Более того, многие компании сознательно и на долговременной основе инициируют тотальный демпинг. В итоге все мы имеем низкую рентабельность. Ведь чтобы оставаться привлекательными для агентств, операторам зачастую приходится давать высокие комиссионные и скидки. Это превращает многие компании в своего рода финансовые структуры по бесплатному займу денег у населения, «пирамидальные» по своей сути.

»» Из нас делают монстров: «вывозим деньги за рубеж, кидаем и обманываем добропорядочных россиян». Причем гребут всех под одну гребенку.



В России по-прежнему сохраняется недостаточная эффективность web-продаж. Как и раньше, агентства предпочитают покупать турпродукт не в онлайн. Особенно это касается компаний из регионов. Нужно срочно повышать уровень образования агентств в этой сфере, стимулировать их к использованию онлайн. Серьезной проблемой остается высокая затратность ведения бизнеса. Это дорогие выставки, дорогая реклама, дорогое сопровождение бизнеса: банковские гарантии, теперь и «Турпомощь», налоги, аренда. Перевозка из России также не самая дешевая, цены на топливо стабильно растут.

У российских потребителей сохраняется низкий уровень доверия к массовым туроператорам. Его постепенная потеря является следствием крупных скандалов и банкротств. И масс-медиа постоянно поддерживают образ «ненадежности» российских туристических компаний. По сути, из нас делают монстров: «вывозим деньги за рубеж, кидаем и обманываем добропорядочных россиян». Причем гребут всех под одну гребенку.

Увы, мало кто отдает себе отчет в социальной значимости деятельности компаний, занимающихся выездным туризмом. Хотя, по-моему, именно мы открываем людям мир, помогаем увидеть его разнообразие. Именно мы делаем все для того, чтобы у нас прижились иностранные языки, лучшие образцы культуры, искусства, а уровень сервиса рос во всех сферах жизнедеятельности. Еще со времен Петра Первого, чтобы «прорубить окно» в Европу, россияне ездили, учились и заимствовали много полезного в той самой Европе. Теперь настала пора прорубить «окно в мир», и опыт международных путешествий, я считаю, в этом нам просто необходим.

# WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

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

ОСЕННЯЯ СЕРИЯ  
2013

**Сентябрь, 9-10-11-12-13**

**Волгоград — Ростов-на-Дону — Краснодар — Ставрополь — Пятигорск**

Юг России. Более 1000 профессиональных контактов

**Сентябрь, 16**

**Екатеринбург**

Лучшая деловая встреча на Урале

**Сентябрь, 23-24-25-26-27**

**Воронеж<sup>NEW</sup> — Саратов — Самара — Казань — Н.Новгород**

Поволжье и Центральная Россия в одном workshop

**Сентябрь, 30 — Октябрь, 1-2-3**

**Пермь — Уфа — Челябинск — Магнитогорск**

Эффективные деловые встречи на Урале

**Октябрь, 7-8-9**

**Омск — Тюмень — Сургут**

Главное b2b-мероприятие в Западной Сибири

**Октябрь, 14-15**

**Мурманск — Архангельск**

Расширяем бизнес на Северо-Западе России

**Октябрь, 29-30**

**Алма-Ата — Астана**

## Стоимость участия в workshop:

один город – 15 тыс. руб., Казахстан – 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%)

## Дополнительно предлагаем:

- доставку материалов в города проведения workshop (46 руб./кг.)
- пакеты обслуживания (от 5 тыс. руб. в одном городе, включая трансферы и проживание)
- размещение рекламы в каталогах workshop (от 5 тыс. руб.)
- заочное участие в workshop (6,5 тыс. руб.)

Организатор: **Тb Workshop**  
ТУРБИЗНЕС



Финляндия – страна-партнер workshop «Турбизнес»

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.



# РЫВОК, ЕЩЕ РЫВОК

Дефицит квалифицированного персонала ощущается во всех отраслях экономики России, сфера туризма и гостеприимства — не исключение. Парадокс в том, что при наличии большого числа незанятых дипломированных специалистов имеющиеся в практическом бизнесе вакансии подчас долго остаются незаполненными. «Уровень подготовки в системе профобразования не соответствует нашим требованиям», — однозначно заявляют практики. Однако на вопрос, какими конкретно компетенциями должны обладать выпускники и могут ли они сами участвовать в процессе подготовки «нужных» кадров, отвечают неопределенно.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

**П**о данным ведущего российского портала в области интернет-рекрутинга, компании HeadHunter, в 2012 году труднее всего соискателям сферы туризма пришлось в Петербурге: на каждую вакансию в среднем приходилось по 4,6 резюме.

## НЮАНСЫ КОНКУРЕНЦИИ

По этому показателю Северной столице уступила даже Москва (3,7 резюме на вакансию), а остальные города-миллионники и вовсе были не конкуренты, так как в них он колеблется от 1,4 (Воронеж) до 2,2 (Ростов-на-Дону). По объемным параметрам Москве соперников нет: если всего по России за 2012 год в туризме, гостиничном и ресторанном бизнесах было размещено чуть больше 45,4 тысячи вакансий, то на столицу из них пришлось 14,5 тысячи, на Петербург — около 5 тысяч, на Казань — почти 1,8 тысячи. В других крупных городах страны количество вакантных мест в туризме и смежных с ним областях колебалось от 500 (Новосибирск) до 1,1 тысячи (Нижний Новгород). Правда, за год общий объем вакансий в целом по стране вырос и продолжает прибавлять: по итогам февраля 2013 года (по сравнению с аналогичным периодом 2012 года) он увеличился примерно на 50%. Но общие показатели вряд ли могут отразить всю картину. Кто чаще всего требуется? Если не брать низовой уровень (горничных, официантов и т. д.), на пике спроса — менеджеры по работе с клиентами, продажам, туризму. За эти места кон-

куренция еще более жесткая: в Москве, например, на одну вакансию претендуют до 12 человек. В Петербурге — около 10, в других городах — меньше. Что им обещают? Каждый третий может рассчитывать на оплату труда в размере до 30 тысяч рублей в месяц. До 40 тысяч готовы платить примерно четверти специалистов, заработок до 60 тысяч обещают каждому шестому, а о больших деньгах для «линейных» специалистов речь практически не идет.

Как правило, в компаниях требуются опытные сотрудники, которые сразу готовы погрузиться в работу и характеризуются не только знаниями (английского, рынка туристических услуг и направлений), но и практическим умением, позволяющим все делать самостоятельно. А кто есть? По данным HeadHunter, среди соискателей не менее 44% составляют люди до 25 лет, которые либо вообще не обладают требуемыми компетенциями, либо только частью из них. Например, 22% всех кандидатов на места в сфере туризма не знают английского, 45% владеют языком лишь на базовом уровне.

Вывод простой: если учесть наличие серьезной конкуренции, количественно нам уже давно специалистов (в том числе и с дипломами) хватает. Значит, дело в их качестве.

## ПЕРЕМЕНА МЕСТ СЛАГАЕМЫХ

Изменения есть, но по большей части пока они происходят лишь на организационном уровне: кардинальных перемен в качестве обучения

## КОЛИЧЕСТВО ВАКАНСИЙ В СФЕРЕ «ТУРИЗМ, ГОСТИНИЦЫ, РЕСТОРАНЫ» В 2012 ГОДУ



Источник: по данным компании HeadHunter



## ОБРАТНАЯ ПИРАМИДА

»»» Одной из основных проблем российского туристического образования остается ее ориентация на высшую ступень. По данным HeadHunter, 58% соискателей в сфере туризма имеют высшее образование, в то время как большая часть вакансий предназначена для линейного персонала среднего и низового уровней. То есть для тех, кому вполне достаточно либо среднего, либо начального профобразования.

специалистов по туризму, несмотря на наличие новых программ и стандартов, все еще не наблюдается.

Проблему уже изучили вдоль и поперек, регулярно обсуждая ее на разных уровнях — а вот и ныне там. Что, к примеру, в последнее время серьезно изменилось в системе подготовки туристических кадров на Северо-Западе России? В целом она функционирует примерно так же, ежегодно выдавая «на гора» не менее двух тысяч специалистов. С тем же качеством. Самая значимая перемена — вхождение крупных «производителей» персонала для туризма в состав вновь образованного Санкт-Петербургского государственного экономического университета (СПбГЭУ). В августе прошлого года были объединены знаменитый питерский экономический вуз «Финэк» и ИНЖЭКОН, а 29 декабря к ним присоединился и Петербургский государственный университет сервиса и экономики (СПбГУ-СЭ). Полностью структура нового СПбГЭУ будет сформирована к 15 мая 2013 года, когда решатся все имущественные вопросы. Два последних вуза как раз и являются одними из основных поставщиков молодых специалистов на рынок туристического и гостиничного труда. Ректор нового вуза Игорь Максимцев не скры-

вает, что главная цель объединения — повысить качество образования. Он уже заявил, что через 8–10 лет количество студентов в СПбГЭУ сократится более чем вдвое и составит 25–30 тысяч человек вместо 70 тысяч, которые обучаются сейчас. На первых порах учебные заведения будут существовать под своими брендами — все поступившие до 2013 года станут учиться по прежним программам, а вот дипломы получат уже от имени СПбГЭУ.

«Сейчас идет напряженная работа с той целью, чтобы к осени этого года выработать единые для всего университета программы, по которым в дальнейшем и будет вестись обучение, — подчеркивает Игорь Максимцев. — У входящих в него учебных подразделений сохранится специализация: одно станет готовить экономистов и управленцев общего профиля, другое — с акцентом на отдельные виды бизнеса, третье сосредоточится на сферах услуг и туризма». Ректор уверен, что со временем новый вуз сможет готовить качественный персонал (в том числе для туризма) не только для России, но и выйти на международный рынок. «У нас есть все предпосылки для того, чтобы заниматься экспортом образовательных услуг хотя бы в пределах СНГ», — считает Игорь Максимцев.

## Образовательная экспансия

Пока отечественная образовательная система решает, как и сколько нужно готовить кадров для туризма, на российский рынок уже выходят зарубежные школы, выпускники которых в представлении не нуждаются: они востребованы по всему миру. Характерный пример — открытие в 2012 году в Петербурге филиала одного из наиболее известных в Европе учебных заведений, швейцарской школы Swissam. Как заявил ее основатель Вальтер Шпалтенштайн, выбор Петербурга обоснован наличием у города большого туристического потенциала, который обеспечивает высокую потреб-

ность в персонале: «В мою школу в Швейцарии ежегодно приезжали по 50–60 студентов из России, теперь они могут учиться на родине: мы сохранили все стандарты, и поэтому качество образования будет соответствовать самому высокому международному уровню».

В отличие от российских учебных заведений, ведущих подготовку по направлениям «Социально-культурный сервис и туризм», «Туризм» и «Гостиничное дело», Swissam сосредоточила усилия на обучении менеджменту в индустрии гостеприимства (процесс контролирует швейцарский институт IMI) и еще двух

программах (по подготовке шеф-поваров и управляющих ресторанами, которые поддерживает американский Institute of Culinary Education). Кроме двух базовых курсов (обучение длится три года), школа предлагает и семинары для профессионалов, занимающихся организацией разных видов отдыха.

У Вальтера Шпалтенштайна сомнений в успехе Swissam нет. В создание школы, которую он открыл совместно с холдингом Food Retail Group (сеть «Две палочки»), инвестировано около \$3 млн, в конце 2012 года в нее набрано 80 студентов (при стоимости обучения до 6 тысяч евро в год).

Пока она может выдавать только дипломы IMI и ICE, но процесс получения российской госаккредитации идет. Директор филиала Российской гостиничной ассоциации Алексей Мусакин не исключает, что вслед за Swissam придут другие участники зарубежного образовательного рынка. Многое будет зависеть от того, как скоро им удастся получить возможность выдачи дипломов российского образца и снизить стоимость обучения. Не секрет, что часть желающих получить «корочки» все равно предпочтет учиться в наших вузах: в них образование пусть не такое престижное, но вдвое дешевле.

# Общими силами

Несмотря на то, что сейчас в Северо-Западном федеральном округе специалистов сферы туризма (а также бакалавров и магистров) готовят не менее десятка высших и средних профессиональных учебных заведений, положение с подбором персонала остается непростым.

подготовил ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

«Нередко будущую работу студенты представляют в виде вереницы увлекательных зарубежных туров, подчас плохо понимая даже ее суть, а турфирмы ждут от системы образования выпуска «продажников»: им позарез нужны люди, которые после окончания вуза сразу же могут начать бронировать, договариваться и отправлять клиентов, — констатирует ведущий юрист Балтийской ассоциации защиты прав туристов Светлана Мержвинская. — Но специалист сферы туризма должен уметь продавать не туры, а впечатления. Именно здесь кроется корень претензий компаний к системе образования — выпускаемые ею сейчас специалисты не всегда готовы к рутинной работе. Однако и у турфирм на возню со студентами никогда нет времени. Одни не знают — а другие не хотят знаниями делиться: некогда. Практиков, которые доходчиво могут объяснить студентам, что такое рекреит и почему одних рыбок в Красном море можно не бояться вовсе, а других надо обходить стороной, не хватает. Недостаток профессионализма ведет к краху бизнеса: основная причина банкротств и возникновения каких-либо проблем у агентств — таких случаев в 2012 году в моей практике было 12 — состоит в острой нехватке грамотных, сильных управленцев, хорошо понимающих суть дела. Нужно вводить обязательное обучение персонала, например, путем участия в вебинарах. Способ достаточно экономичный и удобный, поскольку специалист может проходить обучение прямо на рабочем месте, а организовать такое обучение не представляет особого труда. Что касается высшего образования, то вуз не дает профессию в чистом виде — он предоставляет только набор знаний и навыков, которые учащийся еще должен реализовать. И не обязательно, что он сделает это в рамках той специаль-



ности, которой учился. Я сторонник платного образования, поскольку в этом случае человек делает выбор более осознанно и предъявляет повышенные требования к учебному процессу. Если туристическая компания сама хочет обучать сотрудников, то это вполне может выглядеть как дополнительное образование или повышение квалификации, но базовые знания должны даваться специализированными учреждениями». «Наиболее важными проблемами считаю несоответствие количества и качества подготовки кадров для туротрасли требованиям рынка, излишнюю академичность профильного высшего образования и слабую ориентацию учебных программ на практическую работу, — говорит ректор Балтийской академии туризма и предпринимательства Тамара Власова. — Перемены к лучшему есть. В декабре 2012 года в Москве состоялась большая научно-практическая конференция по этой тематике, возобновил работу Межведомственный совет по подготовке кадров для сферы туризма и улучшения качества туристских услуг, ведется создание серии практикоориентированных учебников и учебных пособий для студентов туристских вузов. Совет, к примеру, начал активно работать, и на одном из его недавних заседаний решено провести в Петербурге в октябре 2013 года международную научно-практическую конференцию по вопросу модернизации туристского образования. Что касается практических действий, то в нашей академии реализуется целый комплекс мер для повышения качества обучения. Например, на базе нескольких отелей Петербурга («Отели на Невском», «Маршал», «Галакт» и др.) создан инновационный центр практикоориентированного обучения, который позволяет обучать студентов в условиях реальной работы отелей. К ней мы обязательно привлекаем профессионалов турбизнеса.



**Магистратура БАТИП — серьезный шаг в успешное будущее.**



«Все это позволило в течение последних лет иметь показатель трудоустройства выпускников на уровне 92–95%. К сожалению, многие руководители предприятий туристической отрасли критикуют качество подготовки выпускников, ничего не предпринимая для его улучшения. А ведь образование и бизнес должны идти навстречу друг другу, так как подготовка кадров для отрасли — наше общее дело: необходимо переходить к реальным совместным действиям >>>

**ТАМАРА ВЛАСОВА**

# Кадровая элита для турбизнеса

19 марта председатель правительства РФ Дмитрий Медведев дал ряд поручений министерствам и ведомствам, направленных на дальнейшее развитие сферы туризма. Одно из них касается разработки и утверждения до 15 июля текущего года «комплекса мер, направленных на повышение квалификации специалистов туристской индустрии, улучшение качества профессионального образования в данной сфере, а также на повышение престижа туристских профессий и привлечение квалифицированных специалистов в туристскую индустрию». Актуальные задачи в этой сфере комментирует заместитель руководителя Ростуризма **ЕВГЕНИЙ ПИСАРЕВСКИЙ**.

**БЕСЕДОВАЛ** ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

»» К середине лета Министерство культуры и Министерство связи подготовят предложения по внедрению современных электронных и коммуникационных технологий в продвижение туристских продуктов и ресурсов. К осени ожидаются предложения по развитию круизного и яхтенного туризма на внутренних водных путях РФ. Будет и награда за труды — Министерство культуры и Министерство финансов скоро выступят с предложениями по учреждению премии правительства Российской Федерации за достижения в сфере туризма.

**Что надо переменить в подготовке кадров для отрасли, чтобы этот процесс отвечал потребностям не только сегодняшнего, но и завтрашнего дня?** Мы не только работаем в туризме, но еще являемся потребителями туруслуг, и хорошо чувствуем в этом качестве, чего не хватает нашей индустрии гостеприимства. В этом смысле вопрос простой. Но одновременно и сложный, так как касается принятия многих управленческих и нормативных решений, в том числе на уровне правительства. К тому же эти решения должны быть согласованы на разных бюрократических уровнях.

В подготовке кадров ключевые игроки — это не только учебные заведения, Федеральное агентство по туризму и Министерство культуры, но и работодатели. Однако российская туристическая индустрия до сих пор носит в высшей степени фрагментарный характер. Она представлена в основном предприятиями среднего и малого бизнеса, которые до конца не сформулировали свои кадровые потребности и не научились их лоббировать. Чтобы оперативно отвечать на вызовы времени, мы создали межведомственный Совет по подготовке кадров в сфере туризма и совершенствованию управления качеством туристских услуг. На данной площадке мы и обсуждаем, каких специалистов, в каком количестве и для кого готовить, и кто будет этим заниматься.

**Ключевые слова здесь — качество туристских услуг?** Разговоров о качестве идет много. Например, о том, что упор надо делать на подготовку линейного персонала со средним профессиональ-



ным образованием, так как специалисты с высшим образованием востребованы меньше. Кстати, в этой второй области к сегодняшнему дню сделано много, а главное — разработаны новые Федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОСы) для бакалавриата в туризме и гостиничном деле. Появились специальности, связанные со спортивно-оздоровительным туризмом. Однако на встречах работодателей, бизнеса, руководителей вузов продолжают звучать взаимные претензии — «вы не тех готовите» или «а вы не формируете конкретный заказ» — имеется в виду на подготовку специалистов по конкретным специальностям. И это продолжается на протяжении двадцати лет. Повторю: отрасль так и не сформулировала четко и внятно, какие специалисты, в каком количестве, с какими квалификациями и компетенциями ей нужны. А пока образовательное сообщество вынуждено двигаться по своему пути, с разным успехом ориентируясь на бизнес.

**К данному моменту цели в этом отношении поставлены заново?** Вот как раз совет по подготовке кадров и сформулировал это в декабре прошлого года в виде концепции непрерывного профессионального образования в сфере туризма. Она включает создание отраслевой рамки квалификаций и компетенций, разработку профессиональных стандартов работников туристской индустрии, развитие отраслевой системы оценки и сертификации квалификаций работников туристской индустрии, а также многое другое. Для каждой должности, допустим, гостиничного пред-

приятия, будут разработаны свои квалификационные требования и профессиональные стандарты. Они лягут в основу образовательных программ, которые будут применяться как в учебных заведениях, так и в рамках профессионального обучения на базе предприятий. Все вышесказанное полностью отвечает требованиям и подходам нового Закона об образовании, который вступает в силу с 1 сентября нынешнего года. Подчеркну, что в новых профессиональных стандартах мы хотим видеть оформленные требования работодателей к будущим сотрудникам.

**А о востребованности выпускника на рынке труда кто позаботится?** Данную проблему уместно связать с повышением престижа соответствующих профессий. Это один из пунктов федеральной целевой программы развития туризма до 2018 года и предмет заботы не только Ростуризма, но и региональных туристских администраций. Сейчас мы обсуждаем идею конкурса «Лучший по профессии в туристской индустрии». Он будет частью общероссийского конкурса, который организует Министерство труда, — «Лучший по профессии». Задача последнего — поощрять лучших специалистов, скажем так, рабочих профессий: каменщик, водитель троллейбуса и т. д. Мы полагаем, что это в целом будет поднимать интерес к профессиональному обучению в туристской сфере и, как следствие, повышать престиж работы в отрасли.

**Можно поговорить о том, что и как изучает будущий специалист индустрии гостеприимства?** Верно, вопрос о методическом обеспечении образования очень важен. При всем изобилии учебников и учебных пособий качественных методических материалов очень мало. Поэтому следующая задача совета по подготовке кадров — разработать одиннадцать базовых учебников межвузовского характера, которые станут основой для всего российского образования в сфере туризма. Почему именно одиннадцать? На основе экспертного анализа с участием авторитетных специалистов и практиков был сделан вывод, что совершенно необходимо иметь базовые учебники по следующим предметам и дисциплинам: «Основы туризма», «История туризма», «Экономика туризма», «Маркетинг туризма», «Менеджмент туризма», «Информационное обеспечение туризма», «География туризма», «Государственное и муниципальное управление в сфере туризма», «Безопасность туризма», «Правовое обеспечение туризма», «Статистика туризма». Обязательным условием подготовки каждого учебника является наличие межвузовского авторского коллектива. Подобного в туризме еще не было. Анализ лучшего международного опыта, использование зарубежной библиографии, элементы практикоориентированности — такие требования

предъявляются к этим пособиям, которые на всех стадиях подготовки рукописей непременно будут рецензироваться не только учеными, но и практиками соответствующих специальностей.

**Расскажите подробнее о профессиональном обучении.** Ростуризм уже проводил обучение сотрудников региональных туристских администраций в декабре прошлого года по вопросам продвижения туризма. Сейчас мы хотим продолжить эту деятельность, приглашая не только российских, но и международных экспертов для обучения руководителей индустрии, учебных заведений, занимающихся подготовкой кадров в сфере туризма, а также служащих государственных муниципальных учреждений. К проблематике профобучения привлекает проблема создания системы сертификации должностей в туристской индустрии, которая так или иначе будет завязана на профессиональные стандарты. Современный работник не может не подтверждать свою квалификацию через определенные промежутки времени, иначе он будет тянуть назад всю отрасль, в которой занят. Создание рамки подтверждения квалификаций, заканчивающегося выдачей сертификата, — одна из важнейших задач, которая была поставлена и в правительственных документах, и самим опытом функционирования туристской индустрии за рубежом и в нашей стране. В широком смысле — это часть образования.

**Какие наработки существуют у Ростуризма на перспективу?** Могу сказать об идее создания Федерального ресурсного центра по подготовке туристской индустрии России к мировому футбольному чемпионату 2018 года. Сейчас, как известно, у нас планируется поэтапное введение обязательной классификации гостиниц. Основным требованием здесь является наличие подготовленного персонала, и, соответственно, в ресурсном центре — он появится или при Министерстве культуры, или при Ростуризме — будут учитываться сотни тысяч человек, которые займутся обслуживанием гостиничных номеров, будут участвовать в перевозке гостей, работать в ресторанах, службах быта и так далее. Материально-техническое оснащение объектов туристской индустрии и стадионов должны осуществлять квалифицированные люди, без участия которых гостям мероприятия невозможно обеспечить комфортное и безопасное пребывание. Всех таких профессионалов надо «собрать» в одной базе данных. Опыт Сочи показывает, что начинать подобную работу надо с большим упреждением. Наконец, подготовка волонтеров — тоже важная составляющая кадрового обеспечения туризма. Резюмируя все сказанное, можно считать, что наша стратегическая цель — создать в России кадровую элиту турбизнеса.




Интернет-портал  
ИД «Турбизнес»  
[www.tourbus.ru](http://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)

# Концепция непрерывного образования

Крупнейший рекрутинговый портал Head Hunter провел опрос, результаты которого показывают: почти половина выпускников туристических вузов испытывает трудности с трудоустройством, а четверо из десяти недовольны полученным образованием. Собеседник «ТБ» — проректор по учебной работе Российского экономического университета имени Плеханова профессор **ЛЕОНИД БРАГИН**.

**БЕСЕДОВАЛ**  
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН



**Каким образом проходящая в России реформа высшей школы должна сказаться на подготовке кадров в туризме, в частности, применительно к Российскому экономическому университету имени Плеханова?**

В 2011 году кафедра гостиничного и туристического бизнеса РЭУ перешла на подготовку бакалавров (до сих пор у нас были «дипломированные специалисты») с четырехлетней программой обучения. Годом позже открылась двухлетняя магистратура. Хочу подчеркнуть, что в ней есть бюджетные места — прошедшие по конкурсу в магистратуру смогут продолжить получать образование бесплатно. Общая стратегия Плехановки — увеличение доли магистрантов по всем направлениям. После магистратуры мы предлагаем ряд дополнительных образовательных программ, затем курс МВА. Все это логично встраивается в концепцию непрерывного образования.

Подготовку кадров индустрии туризма и гостеприимства осуществляют в настоящее время более 150 вузов Москвы, из которых лишь 30 государственных. Поэтому при оценке вузов в целом, если говорить о реформе высшей школы, необходимо учитывать эффективность и негосударственных вузов. По нашему мнению, качество подготовки ими специалистов далеко от идеального. Подготовка кадров должна вестись по федеральным стандартам третьего поколения с учетом реальных нужд и требований туристического и гостиничного бизнеса, причем подготовка эта должна верифицироваться независимо от того, является вуз государственным или нет.

**Ваш университет становится участником амбициозного проекта — создания гигантского образовательно-спортивного кластера в Домодедове. Как это может отразиться на подготовке туристических кадров?** Сегодня есть предварительная договоренность о том, что в Домодедове Плехановка получит около 20 гектаров земли. Мы собираемся построить на этой площади учебно-лабораторный корпус или корпуса, непременно

но — общежитие и культурный центр, а также спортивный комплекс. Госбюджет финансированием данного суперпроекта пока заниматься не предполагает. Плехановка ищет свои источники — это могут быть и собственные средства, и средства попечительского совета, председателем которого является генеральный директор госкорпорации «Ростех» Сергей Чемезов.

Сейчас идет активная проработка проекта «Большой Плехановки». Но я хотел бы подчеркнуть, что мы отнюдь не собираемся переезжать в Домодедово, хотя такие сведения в прессе распространялись. Мы расширяемся. К примеру, как показал набор 2012 года, гостиничное дело является одним из самых востребованных направлений, которые Плехановка предлагает абитуриентам. Понятно, что РЭУ заинтересован в притоке обучающихся по этому направлению. И мы готовы расширять его на новых площадях. Кроме того, в настоящее время идет процесс слияния Плехановки с Российским государственным торгово-экономическим университетом (РГТЭУ), там тоже есть соответствующий факультет.

**Как взаимодействуют теория и практика при подготовке специалистов в вашем университете? Существуют ли продуктивная связь соответствующей кафедры с органами управления отраслью, например, Ростуризмом?**

В процессе обучения на кафедре гостиничного и туристического бизнеса широко используются интерактивные лекции, тренинги, олимпиады, семинары с ведущими специалистами отрасли, выездные занятия на базе гостиничных и туристических предприятий, посещение отраслевых выставок и многое другое. Все программы обучения приближены к практическим целям и задачам предприятий индустрии гостеприимства и туризма. Будущие специалисты получают практическую подготовку в ходе учебной и производственной практики на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма, выполнения контрольных и практических работ, проведения деловых игр, анализа производственных ситуаций, выполнения курсовых работ.

При кафедре существуют специальные компьютерные классы, в которых установлены программы, эмулирующие деятельность гостиничных и туристических предприятий. Проводятся занятия на базе ведущих турфирм и гостиниц столицы, к проведению практических занятий приглашаются специалисты ведущих туристических и гостиничных предприятий, организуются круглые столы и научно-практические конференции для студентов кафедры, на которые приглашаются представители органов управления отрасли, где работают выпускники нашей кафедры, например, Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы.

Существует тесная взаимосвязь кафедры «Гостиничный и туристический бизнес» с предприятиями отрасли с целью обмена опытом, методиками и современными технологиями подготовки кадров, усиления практической направленности в подготовке кадров, проведения отраслевых научных исследований и внедрения их результатов в практическую деятельность предприятий туристической индустрии, формирования образовательных программ с учетом достижений науки, разработки учебно-методических пособий для работников индустрии туризма и гостеприимства. Проводятся ярмарки вакансий и дни открытых дверей на предприятиях гостиничного бизнеса. Студенты и преподаватели кафедры всегда участвуют в международных выставках, форумах, конференциях, организуемых Комитетом по туризму и гостиничному хозяйству Москвы, Федеральным агентством по туризму и Министерством культуры.

**В декабре 2012 года Комитет по туризму и гостиничному хозяйству Москвы в очередной раз объявил лауреатов престижной премии «Путеводная звезда». Кафедра гостиничного и туристического бизнеса стала победителем в номинации «за выдающийся вклад в развитие туризма в городе Москве» в категории «Подготовка кадров для туристической индустрии».**

Кафедра гостиничного и туристического бизнеса была создана в 1993 году. За это время нами подготовлено более двух тысяч специалистов для гостиничных и туристических предприятий Москвы и других регионов РФ. Выпускники кафедры работают в таких известных гостиницах, как «Метрополь», «Националь», «Балчуг Kempinski», «Ритц-Карлтон», «Свисотель», «Арагат Парк Хаятт». Кафедрой широко используются современные информационные технологии. Подготовлен и читается специальный курс «Информационные системы в индустрии гостеприимства и туризма», в котором широко используются современные информационные достижения. Приобретено программное обеспечение автоматизации гостиничного предприятия Fidelio Front Office. С 2009 года студенты имеют возможность изучить комплекс автоматизации туристского пред-

приятия «Туры.ру» и ознакомиться с практикой его применения в современных турфирмах.

Кафедра ведет широкое международное сотрудничество. Основным партнером кафедры по международной образовательной программе выступает Университет профессионального образования Satakunta Polytechnic в финском городе Пори. Часть специальных дисциплин читается на английском языке.

К основным конкурентным преимуществам кафедры в области подготовки кадров для индустрии гостеприимства и туризма можно отнести следующие: практикоориентированный и компетентностный подход, усиленная языковая подготовка по двум иностранным языкам (третий — по желанию), тесное взаимодействие с ведущими предприятиями гостиничного и туристского комплекса, собственная научно-методическая база и современный библиотечный фонд для подготовки кадров по новым образовательным программам, зарубежные стажировки, привлечение выпускников к научной деятельности и содействие в их трудоустройстве.

**Не считаете ли вы, что имеет место перепроизводство туристических кадров? Каким спросом пользуются ваши выпускники?** Проблема

трудоустройства наших выпускников нам небезразлична, поэтому мы знаем, куда устраивается на работу почти каждый наш студент. Студенты могут найти работу по специальности намного раньше, чем получают диплом, а именно в период прохождения практики. Студентов 3-х и 4-х курсов охотно приглашают практиковаться ведущие гостиничные и туристские предприятия, с которыми у кафедры имеются договорные отношения, а к 5-му курсу примерно 80% учащихся знают, где будут работать — причем некоторые уже и работают: обязательное посещение вуза у нас только для 1–3-х курсов.

« Наши студенты будут участвовать в важнейшем спортивном событии следующего года — сочинских зимних Олимпийских играх. В качестве волонтеров, от пятидесяти до ста человек. В Сочи поедут и студенты-технологи общественного питания, тоже как волонтеры. Подобные традиции у нас есть — во время Московской олимпиады 1980 года ее гостей помогали принимать студенты тогдашнего Института народного хозяйства имени Плеханова »

**ЛЕОНИД БРАГИН**

Сегодня гостиничному делу и туристическому бизнесу в Плехановке обучают 400 человек, в этом году дипломы получит 81 выпускник.



# Бежать быстро или очень быстро

Практический бизнес по-прежнему недоволен качеством подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства. А что думают по этому поводу внутри системы? Своим мнением делится исполняющий обязанности директора петербургского филиала НИУ «Высшая школа экономики» **ВАЛЕРИЙ ГОРДИН**.

**БЕСЕДОВАЛ**  
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

« Хотим этого или нет, нам все равно придется соответствовать международным стандартам как в сфере образования, так и в сфере услуг. В этой связи, чем больше и быстрее мы «впишемся» в них — тем лучше »»

**ВАЛЕРИЙ ГОРДИН**

Система вузовской подготовки кадров для российской сферы туризма начала формироваться около 20 лет назад. В этом был несомненный плюс: фактически мы начали с чистого листа. Однако писать на нем разные авторы тоже стали по-разному: в процессе одновременного становления турбизнеса и системы подготовки кадров с самого начала не было эффективного взаимодействия и не были определены компетенции, нужные выпускникам. Наибольшие проблемы испытывает въездной туризм. Во-первых, львиная доля кадров готовится как раз для него, а во-вторых, он гораздо более разнообразен и сложен. Если учесть, что активно развиваться он начал лишь в последние 10 лет с приходом сильных игроков рынка (например, сетевых отелей), ситуация оказалась еще более сложной. Ведь все, что формировалось в качестве нашего въездного турбизнеса в 1990-е годы, — этакий hand made российского образца. Со всеми его родовыми травмами. Как результат, общий уровень сервиса, в том числе и в туризме, сильно отстал от мировых стандартов. «Все равно придут» — такой подход работал до последнего времени: нередко форма менялась, но суть оставалась прежней. Сам турбизнес на протяжении многих лет не мог четко сформулировать, кто же ему нужен.

Но и система подготовки кадров для туризма не без греха. Сейчас вузов, занятых ею, в России в разы больше, чем учреждений среднего профобразования. Образовательная пирамида, в основе которой должны быть работники более низкой квалификации, перевернута. Менеджер, подготовленный для сферы туризма, вынужден или работать на кадровой позиции, не требующей высшего образования, или уходит в другую область деятельности, или на свой страх и риск открывает собственный бизнес. Ведь в мини-отеле он нередко совмещает целый ряд функций — и это далеко не худший вариант. Однако ситуация меняется. Изменилась позиция министерства: количество бюд-



жетных мест на этом направлении сократилось. В этом есть положительные моменты, поскольку процесс можно рассматривать как попытку государства больше соответствовать рынку работодателей, а не абитуриентов. Если хочешь получить модную, но не так востребованную рынком труда, как другие, профессию — плати. Появился и другой подход к процессу обучения, который разработан специалистами Высшей школы экономики: речь идет о прикладном бакалавриате. Его суть в том, что студент обучается в учебном заведении университетского уровня и получает престижные «корочки», но при этом объем приобретаемых им знаний и компетенций соответствует потребностям работы на линейных должностях: они носят именно прикладной характер. Фактически это уровень несколько выше среднего профобразования, в то же время позволяющий карьерно и профессионально расти — дорога в магистратуру открыта. Модель не только подходит для сферы туризма и гостеприимства, где чаще всего приходится начинать с низов, но позволяет строить образование и по наиболее современному модульному принципу, постепенно собирая из модулей-кубиков весь набор нужных знаний и компетенций. Есть и другой путь. Например, в Петербурге мы открыли магистерскую программу «Экономика впечатлений: менеджмент в сфере гостеприимства и туризма» со специализацией «Менеджмент культурного и событийного туризма». Это программа, в которой основная задача выпускника заключается в налаживании эффективного взаимодействия между турбизнесом и объектами, интересными путешественнику. Программа междисциплинарная, «заточенная» на объединение усилий разных участников рынка туристических услуг с целью создания интерактивных, креативных совместных тупродуктов, рассчитанных в том числе на активных, самостоятельных туристов. Уверен, эти специалисты будут востребованы в самых разных направлениях туризма — MICE, событийном и т. д.

# Для успешных продаж

Учебный центр «В.И.П. Обучение» основан в 2001 году. Сегодня это один из ведущих российских центров профессиональной подготовки персонала в сферах продажи перевозок и туризма, лидер в области разработки и продвижения программ дистанционного обучения. На вопросы «ТБ» отвечает руководитель учебного центра «В.И.П. Обучение» **АНАСТАСИЯ КОНДРАТЬЕВА**.

БЕСЕДОВАЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

**Каковы основные направления деятельности центра «В.И.П. Обучение»?** Изначально учебный центр «В.И.П. Обучение» был создан в качестве подразделения «Випсервиса» для подготовки персонала самого холдинга. В 2006 году с приходом новых сотрудников у учебного центра появились новые возможности, мы стали работать, как говорится, на улице. С 2007 года учебный центр проводит курсы ИАТА. В последние годы наши усилия сконцентрированы на разработке и продвижении дистанционного обучения.

**Агентов для «Випсервиса» продолжаете готовить?** Конечно. Более того, сейчас мы особенно тесно сотрудничаем. У «Випсервиса» появился новый продукт, адресованный агентам — «Портбилет». Это простое и эффективное онлайн-решение для поиска и продажи билетов и дополнительных услуг. Можно просто сформировать целый тур. Используя свой преподавательский опыт, мы проводим семинары и вебинары, чтобы показать, как пользоваться сервисом, рассказать о его особенностях.

**Вы не боитесь, что такое широкое распространение онлайн-технологий негативно скажется на потоке студентов?** Не боимся. Практика показывает, что квалифицированные специалисты по-прежнему нужны. Традиционно у нас популярны курсы для кассиров на железнодорожном транспорте и курсы по работе с системой бронирования «Сирена». Продолжают быть востребованными международные учебные программы ИАТА.

**Какие именно курсы ИАТА предлагает «В.И.П. Обучение»?** Мы проводим курсы подготовки специалистов сферы туризма и гостеприимства. Это «Основной курс по путешествиям и туризму» для новичков, курсы, посвященные тонкостям тарификации авиаперевозок и особенностям продаж турпродукта для специалистов, курсы для менеджеров и руководителей отделов. Как видите, практически любой, кто работает в туризме или собирается это сделать, имеет возможность изучить передовой

международный опыт. Пообщавшись с коллегами в рамках прошедших весенних выставок, мы поняли, что существует серьезная проблема дефицита грамотного и клиентоориентированного персонала, которая, в свою очередь, связана с проблемой слабого менеджмента. Поэтому сейчас мы предлагаем международные учебные программы, разработанные для решения именно этих задач.

**Получается, что эти программы доступны в основном москвичам. А приехать хотя бы на неделю в Москву на курсы — это достаточно дорогое удовольствие.** Мы помним о масштабах нашей страны и поэтому определили для себя основную цель — сделать качественное образование доступным в регионах России. В первую очередь за счет решений, которых нет больше ни у кого. Для этого мы используем выездное и дистанционное обучение, спрос на которое стремительно растет.

**Расскажите, пожалуйста, подробнее о преимуществах дистанционного обучения.**

Первое преимущество — это возможность учиться, где угодно и когда угодно. Все, что для этого нужно, — обычный компьютер, подключенный к интернету. Второе — это возможность полноценно изучать курс так, как если бы студент занимался в классе. При разработке курсов мы учли, что разные люди воспринимают и запоминают информацию по-разному: есть визуалы, есть кинестетики. Поэтому материалы курса включают и видеолекции, и графические изображения, и обязательные практические задания, которые выполняются при помощи эмулятора работы с системой бронирования. Сегодня наши ученики могут дистанционно изучать системы бронирования Sabre и Galileo, проходить курсы для железнодорожных кассиров. Хотя наиболее востребованным продолжает оставаться курс по работе с АСБ «Сирена». Полное его название — «Работа кассиров (операторов) аккредитованных ЗАО «ТКП» агентств по бронированию и продаже пассажирских воздушных перевозок на бланках СПД НСАВ-ТКП». На очереди — курс по расчету тарифов по программе ИАТА.



**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС  
УЦ «В.И.П. ОБУЧЕНИЕ»**

Телефоны: 495 961-01-99,  
495 926-48-88

E-mail: vip-class@vipservice.ru  
www.vip-class.ru

Лицензия на осуществление образовательной деятельности №025251 от 21 января 2009 года выдана Департаментом образования города Москвы.

 **Випсервис**

**Москва,  
Переведеновский пер.,  
д. 17, стр. 1  
8-495-626-50-12  
portbilet@vipservice.ru  
www.vipservice.ru**



# Если Волга разольется...

Подобно тому, как крупнейшая российская река Волга начинается с крохотного ключика в неприметном селигерском болотце, самый большой на сегодняшний день российский межрегиональный проект в сфере туризма «Великая Волга» начался с «камерного» соглашения о сотрудничестве трех субъектов федерации.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

»» На территории субъектов федерации, которые объединяет проект «Большая Волга», проживают

**18** млн человек — почти четверть населения РФ. Количество туристов, посетивших эти регионы в 2012 году,

**5** млн человек.

Сегодня в «Большую Волгу» входят одиннадцать по преимуществу успешных в экономическом и туристическом отношении регионов, выступающих единым стендом на выставке «Интурмаркет»: Самарская, Ульяновская, Нижегородская, Саратовская, Пензенская области, Республика Татарстан, Республика Башкортостан, Республика Марий Эл и Чувашия; Пермский край и Ивановская область присоединились к ней в прошлом году. На территории субъектов федерации, которые объединяет проект, проживают около 18 млн человек — почти четверть населения РФ. Количество туристов, посетивших эти регионы в 2012 году, достигло 5 млн человек. Своего рода координатором проекта выступает Самарская область, проводившая в прошлом году пресс-тур на теплоходе «Президент» по маршруту Москва — Самара. Проект, по мнению туристического руководства области, призван увеличить количество российских и зарубежных гостей благодаря совместному продвижению продукта. В первую очередь наиболее популярных среди россиян культурно-познавательных и пляжных туров. «В целом мы охватываем до 95% потребностей россиян в отдыхе. Одно из самых перспективных направлений, особенно бурно развивающихся у нас в последние годы, — событийный туризм», — считает глава департамента туризма Самарской области Михаил Мальцев.

В Самарской области этот вид туризма представлен рядом заметных мероприятий. В начале июня здесь проходит фестиваль «Рок над Волгой», собирающий до 300 тысяч человек. В июле проходят два Грушинских фестивалей, фестивали электронной музыки и экстремальных видов спорта GES Fest, в августе — международный фестиваль этнической музыки «Барабаны мира». Соседи самарцев — казанцы — готовятся к Всемирной летней Универсиаде, которая пройдет с 6 по 17 июля. По предварительным оценкам, в Казани рассчитывают принять около 13,5 тысячи спортсменов и представителей спортивных делегаций из 170 стран, более 100 тысяч туристов и болельщиков. На Универсиаде будут работать 20 тысяч волонтеров и полторы тысячи журналистов. По 27 летним видам спорта будет разыгран 351 комплект медалей. Открытие состоится на заново отстроенном футбольном стадионе на 45 тысяч зрителей. Автопробег «Великая Волга» в этом году пройдет уже во второй раз. 1 июня автоколонна из Москвы отправится вдоль Волги и завершит маршрут в Ульяновске 12 июня — в День России. Основа событийного календаря Пензенской области — новобранца «Великой Волги» — мероприятия Государственного музея-заповедника Михаила Лермонтова, приуроченные к 200-летию со дня рождения поэта, которое будет отмечаться 6 октября нынешнего года. Юбилей поэта совпадает с 350-летием Пензы:

### «« Место впадения Оки в Волгу, вид на Ивановскую башню Нижегородского кремля.

В девяностых самарскую улицу Панскую сделали пешеходной, вернув ей прежний колорит.



ведется работа по расширению сети городских дорог, реконструкции музеев, строительству новых зданий филармонии и киноконцертного зала. Расширяется сеть ресторанов, кафе и гостиниц. Готовится фестиваль «Крепость Русь», собирающий множество гостей.

«Исюминка» Твери — Международный форум речного туризма. Он пройдет с 12 по 14 сентября на территории комплекса «Завидово». По мнению Александры Ильиной, начальника управления туризма и внешних связей министерства экономического развития Тверской области, подобные события ярко демонстрируют, насколько важен туризм как инструмент интенсивного продвижения для любой территории. «Мы собираемся продвигать Тверь как один из центров речного яхтинга в России. У нас уже строится крупнейшая в Центральном федеральном округе марина на более чем 500 мест, которая полностью будет готова к следующему году», — отмечает Александра Ильина.

Особое внимание уделяется на «великоволжской» территории теме межрегиональных железнодорожных туров. В частности, в минувшем году в регионе прошли туристические поезда по шести маршрутам из Москвы и Самары. Благодаря новому турпродукту с ноября по декабрь 2012 года и за первые два месяца 2013 года только в Нижегородской области побывали 2,7 тысячи туристов, и такая практика будет продолжаться. Как и в прошлом году, ко Дню народного единства 4 ноября планируется отвезти пассажиров, которых встречают в Нижнем Новгороде, на экскурсии по Балахне, Дивееву, Семёнову, Городцу, Болдину и Арзамасу.

В этом плане особенно интересен опыт генерального директора компании «Профцентр-Самара» Елены Мартыненко, ее компания год назад взялась за реализацию сложного проекта по запуску 6 туристических поездов. Из них 4 были дальнего следования из Самары и два — пригородные маршруты на электропоезде

## БОЛЬШАЯ ВОЛГА



«Волжский экспресс». Проект был реализован совместно с «РЖД-тур» и «Федеральной пассажирской компанией», всего им было охвачено около 1700 туристов. В 2013 году к этим маршрутам «Профцентр-Самара» добавит поезда в Санкт-Петербург и Казань, предполагается даже железнодорожный тур из Самарской области на Байкал. Среди первоочередных задач руководство фирмы называет оптимизацию стоимости проезда в туристических поездах, которая должна быть существенно ниже, чем на регулярных пассажирских перевозках, формирование специализированного комфортабельного парка вагонов, поддержку продвижения проекта региональными администрациями, объединение событийных программ операторов-консолидаторов, создание полноценных экскурсионных программ.

## Миллион туристов к 2015 году

В постоянном представительстве Тамбовской области в Москве прошла презентация туристических ресурсов региона. «Имена великих соотечественников, навсегда связанных с Тамбовской землей – Сергея Рахманинова, Ивана Мичурина, Александра Герасимова, Василия Агапкина и других, – известны всей России», – подчеркнул глава Управления по физической культуре, спорту и туризму **МИХАИЛ БЕЛОУСОВ**.



ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

»»» В 2012 году Тамбовщина приняла 587 тысяч российских туристов и около 12 тысяч иностранных, среди которых преобладают гости из Германии и Китая. Результат – недавно появившийся раздел на туристическом сайте области на китайском языке.

«В дореволюционные времена, – рассказал Михаил Белоусов. – Тамбовщина пол-России хлебом кормила, да и сейчас имеет идеальные черноземы толщиной 140 см. Причем Тамбовская область уже второй год подряд занимает первое место в рейтинге экологической организации «Зеленый патруль».

Тамбовский край, как отметили выступившие на презентации заме-

ститель главы областной администрации Николай Коновалов и депутат Государственной Думы Марина Назарова, обладает рядом чрезвычайно запоминающихся и выразительных брендов. Это тамбовская картошка, тамбовские пчела и мед, тамбовский окорок, тамбовская казначейша и, разумеется, знаменитый тамбовский волк. За счет чего регион собирается к 2015 году вдвое увеличить количество туристов? Речь идет не только о провозглашении туризма приоритетной отраслью развития областного хозяйства, но, прежде всего, о создании на ее территории трех туристических кластеров: «Тамбовского междуречья», связанного с достопримечательностями северной части области, «Симфонии русских просторов», сориентированного на рахманиновскую Ивановку, где предполагается возведение гостинично-ресторанного комплекса, и «Долины садов» с центром в Мичуринске, где намечено открыть большой «Парк достижений садоводов мира».

Земельный «банк», предлагающий места под туристическую застройку, уже сегодня насчитывает 55 участков. Область весьма выгодно расположена на федеральной трассе М-6 «Волга». Сейчас идет работа над дорожной инфраструктурой.

«Очень важно внимание не только к крупной, но и к малой форме», – подчеркнула начальник туристско-информационного отдела управления Татьяна Долихина, обнаружившая незаурядные артистические способности при презентации фирменных тамбовских сувениров – кукол-лихоманок, куклы-веснянки, куклы-кубышки, махотки, валенка-шептун. Внимание на Тамбовскую губернию обратили и в центре, например, в известной серии «Дворцы и усадьбы» издательства De Agostini за год с небольшим выходит уже третий путеводитель, посвященный усадьбам Тамбовщины (усадьба Рахманинова Ивановка, усадьба художника Герасимова, усадьба Мичурина).

## Со скоростью экспресса

Бренд Holiday Inn Express приходит в Россию – первые два новых отеля откроются в Воронеже и Челябинске

Компания IHG (InterContinental Hotels Group) подписала стратегическое соглашение с ООО «Региональная Гостиничная Сеть» (РГС), портфельной компанией Venture Investments & Yield Management LLP (VIYM). Договор предусматривает открытие в России к 2019 году 15 новых отелей. Это позволит IHG вдвое увеличить свое присутствие в стране и впервые представить на российском рынке бренд Holiday Inn Express. На сегодняшний день портфолио IHG в России насчитывает 13 отелей (3894 номера). Еще 5 отелей (1773 номера) планируется открыть в течение ближайших трех-пяти лет.

Первые два новых отеля откроются в Воронеже и Челябинске. Открытие Holiday Inn Express Voronezh на улице Кирова запланировано на вторую половину 2014 года, а Holiday Inn Express Chelyabinsk возле центрального вокзала – на лето 2015 года. Бренд Holiday Inn Express ориентирован на туристов и людей, отправляющихся в деловые поездки, которые стремятся получить максимально качественный сервис по умеренным ценам. Сейчас в мире работает более 2000 гостиниц Holiday Inn Express.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

## Архангельск в перспективе

Агентство по туризму и международному сотрудничеству представило на суд депутатов областного собрания, представителей муниципальных образований, общественности и турбизнеса проект подпрограммы «Развитие въездного и внутреннего туризма в Архангельской области на 2014–2020 годы».

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Разработчики использовали современный подход и сосредоточились на трех кластерах — Северном, Южном и Каргопольском, которые как раз и должны стать локомотивом для развития всего архангельского туризма. В каждом определены приоритеты. Для Северного кластера ключевым станет морской круизный туризм. Для этого северяне намерены разработать и запустить маршрут по акватории Белого моря с посещением Соловков, Архангельска и прибрежных населенных пунктов Приморского района (так называемый «Беломорский круиз»), а также развивать круизное судоходство по Беломоро-Балтийскому каналу из Санкт-Петербурга к берегам Онежского района и на Соловки. В Южном кластере должны появиться этнографическая деревня,

экологический и горнолыжный комплексы и ряд других объектов инфраструктуры для того, чтобы привлечь гостей из Вологодской области и Республики Коми в Котласский, Красноборский и иные районы Архангельской области. «Планы у нас большие, — констатирует руководитель Агентства по туризму и международному сотрудничеству Светлана Зеновская. — Однако их реализация во многом будет зависеть от наличия средств. Например, чтобы запустить круизы в Котлас, требуется проведение дноуглубительных работ. Большие деньги необходимы и для завершения строительства причалов и оборудования передвижного павильона для паспортного и таможенного обслуживания пассажиров на Красной пристани областного



центра, создания сети причалов на побережье Белого моря». Программа предполагает популяризацию Поморья на российском и международном рынках. Здесь большое значение имеет создание региональной сети туристских информационных центров, разработка и выпуск презентационных материалов, проведение ознакомительных туров для туроператоров и СМИ. В программу заложена поддержка значимых массовых туристических мероприятий. Таких, как проведение раз в два года Архангельского международного туристского форума и выставки-ярмарки «Мир путешествий Поморья». Члены экспертного совета проект в целом одобрили, но внесли ряд существенных предложений для доработки целевой программы.

>>> Для развития Каргопольского туристического кластера в пределах национального парка «Кенозерский», города-музея Каргополь и села Ошевенское планируется поддержать создание сети гостевых домов, туркомплекса, улучшить состояние автодороги Каргополь – Прокшино.

## «Мостурфлот» и его аудиопены

На теплоходах «Мостурфлота» в этом сезоне можно купить или взять в аренду аудиопен — интерактивный мультязычный аудиогид

По форме устройство похоже на толстую авторучку или удлиненный и заостренный с одного конца диктофон с простым интерфейсом. Аудиопеном нужно прикоснуться к специальной «иконке» на карте и в наушниках зазвучит рассказ об этом месте, который можно прервать

в любой момент и позже дослушать. Теперь каждый пассажир сможет приобрести или взять в аренду специальную карту-путеводитель по достопримечательностям и аудиопен с наушниками и по всему маршруту в режиме онлайн узнавать любую интересующую его информацию допол-



нительно к той информационной программе, которая будет вестись на теплоходе для всех.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

# Весенние встречи

Профессиональные workshop «Турбизнес» прошли с 18 марта по 24 апреля в 19 городах России и в Баку.



1

»» Участники рабочих встреч – более **120** туроператоров, национальных представительств по туризму, отелей и гостиничных цепочек, страховщиков и других компаний.

»» В рамках workshop было проведено **282** мастер-класса.

»» По сравнению с прошлым годом число профессиональных посетителей workshop увеличилось

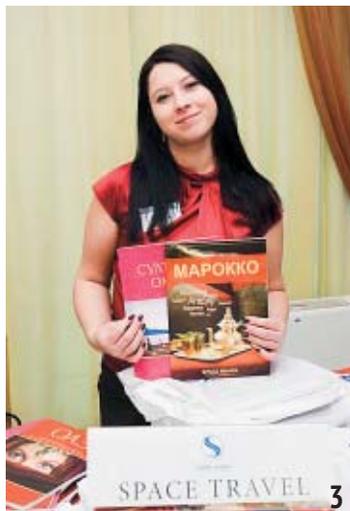
на **25%** и составило 4 тысячи человек.

»» Осенью география workshop расширится

до **22** городов. Среди новых направлений – Воронеж, Магнитогорск.



2



3



4

1. Иван КАЛАШНИКОВ, Кристина СИВОВА и Евгения ШУМАНСКАЯ – организаторы workshop уже продумывают планы новых мероприятий.

2. Анастасия САПОЖНИКОВА из компании «ВодоходЪ» представила новинки сезона.

3. Дарья СТЕПАНОВА, «Спейс Тревел»: «Туры в Марокко, ОАЭ, круизы по рекам Европы – везде своя специфика».

4. Наталья ОСИПОВА и Елена МИТЯЕВА, сеть агентств «Глобал Тревел». Для компании это первая поездка в регионы с «Турбизнесом».

5. Сергей ВАСИН из компании «Астравел»: «География предложений оператора – от курортов Черного моря до поездок в Африку и Латинскую Америку».

6. Владислав МИНЕНКО и Александра АЛЕКСЕЕВСКАЯ – представители турбизнеса Белоруссии, компания «Бел-Ориентир».

7. Ольга БИРАСТЕНЬ из «АРТ-ТУР» рассказала об ОАЭ, островах Индийского океана и других направлениях работы компании.

8. Наталья СОЛОМАТИНА из «Турпарада»: «Сардиния и Тоскана – все лучшее в Италии».

9. Иван БУБЛЯЕВ, «Випсервис», представил онлайн-решение для продажи билетов и расширения бизнеса.

10. Дмитрий ВЛАДИМИРОВ: «Телетрейн» – это новые технологии для агентского рынка».



**Катерина РОДЫГИНА,**  
менеджер по продажам компании «Вест Тревел»

Позитивное настроение, хорошая организация, интересные люди, положительное отношение и творческий подход — все это делает работу на workshop «Турбизнес» очень продуктивной. Количество участников и посетителей с каждым годом растет — это самый яркий показатель того, насколько эффективны подобные мероприятия.



**Ольга ИВАНОВА,**  
руководитель отдела по работе с агентствами  
ООО «Солвекс-Трэвел»

Поездки в регионы России с «Турбизнесом» — это всегда грамотно продуманные маршруты, высокая посещаемость со стороны агентств, профессиональный подход к организации мероприятий.



**Олег ПОЛЕТАЕВ,**  
руководитель отдела маркетинга туроператора  
«Дельфин»

Профессионально организованный workshop — прекрасная возможность для личного знакомства с лучшими представителями турбизнеса России.



**Олеся ВАСИЛИШИНА,**  
менеджер отдела продаж ООО «Экка-Сочи-Трэвел»

Огромное удовольствие, большой заряд энергии и отличная мотивация для дальнейшей работы получены в ходе выездной рабочей встречи туроператоров с региональными турагентствами. В каждом городе были большой поток профессиональных посетителей, живое и плодотворное общение с партнерами. Workshop «Турбизнес» — удачный старт перед высоким сезоном.



**Глеб ХОДАРКОВСКИЙ,**  
главный менеджер отдела Франции компании «Примavera»

Хочу отметить великолепную организацию workshop — во всех городах не было ни одной накладки, все возникающие вопросы мгновенно решались. Надеюсь, что результатом участия в рабочих встречах станет существенное увеличение объемов наших продаж в регионах России.



# Расширяя границы Азии

В начале апреля национальная авиакомпания Вьетнама Vietnam Airlines впервые выполнила прямой рейс из Москвы на популярный курорт Нячанг. О дальнейших планах перевозчика корреспонденту «ТБ» рассказал директор российского представительства Vietnam Airlines **НГУЕН ХЫУ ТУНГ**.

**БЕСЕДОВАЛА**  
СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

**Что выделяет Vietnam Airlines среди других азиатских авиакомпаний?**

Мы являемся крупнейшим авиаперевозчиком в Индокитае и предлагаем пассажирам разветвленную маршрутную сеть внутри Вьетнама, а также по всей Юго-Восточной Азии. В 2010 году мы первые в регионе присоединились к международному альянсу SkyTeam. На сегодняшний день Vietnam Airlines выполняет перелеты в 21 город внутри страны и 28 пунктов назначения за рубежом. Международные перелеты выполняются в два наших хаба — в Ханое и Хошимине, что очень удобно для построения маршрута. Не могу не отметить всем известное вьетнамское гостеприимство, наши очаровательные стюардессы, одетые в национальные костюмы, встречают пассажиров как самых дорогих гостей. Традиционные блюда вьетнамской кухни, которые предлагаются на борту, никого не оставят равнодушными.

**Каков авиапарк вашей компании, есть ли планы по его расширению?** У нас самый молодой авиапарк в регионе: 79 воздушных

судов, преимущественно флагманские Boeing B777, Airbus A320 и A321, а также турбовинтовые ATR-72, выполняющие перелеты на небольшие расстояния. К 2015 году флот будет увеличен до 115 воздушных судов, а к 2020 году — до 170 самолетов. Скоро мы получим новейшие Airbus A350 и Boeing B787 Dreamliner.

**Какие услуги на борту вы предлагаете пассажирам экономического и бизнес-классов?**

Каждый пассажир, вне зависимости от класса обслуживания, окружен вниманием на протяжении всего полета. В экономклассе 290 комфортабельных кресел, оснащенных мониторами. В бизнес-классе, конечно, пассажирские кресла более просторные. Всего в салоне, в зависимости от компоновки, от 25 до 35 кресел. И в обоих классах мы предлагаем широкий выбор блюд европейской и азиатской кухни, а также разнообразные алкогольные напитки.

**Насколько ваши цены конкурентоспособны по сравнению с российскими авиаперевоз-**

»»» **50%** —  
такова доля авиакомпании Vietnam Airlines на рынке авиамаршрутов, соединяющих Россию и Вьетнам.

**чиками, летающими во Вьетнам? Расскажите о тарифах, разработанных специально для российских регионов.** Мы стараемся держать руку на пульсе и предоставлять своим пассажирам не только достойное обслуживание, но и разумные тарифы. Vietnam Airlines занимает первое место на рынке прямых авиаперевозок между Россией и Вьетнамом, наша доля — 50%. На данный момент мы выполняем прямые перелеты во Вьетнам только из Москвы. Благодаря давнему сотрудничеству с российскими авиакомпаниями, можем предложить жителям других российских регионов перелет из их родного города во Вьетнам по тому же тарифу, что и наш прямой рейс из Москвы. Просто оформляется единый авиабилет по маршруту, например, Екатеринбург — Москва — Ханой — Екатеринбург, и внутренний перелет по России получается практически бесплатным (за исключением аэропортовых сборов). Такая политика позволяет нам быть весьма конкурентоспособными на российском рынке. Чтобы не быть голословным, я просто назову цифры: перелет из Москвы во Вьетнам длится в среднем около 10 часов — это не мало, а минимальная стоимость авиабилета в оба конца, как из Москвы, так и из других российских городов, — около 22 тысяч рублей. По-моему, это отличное предложение.

**В апреле открылся прямой авиарейс из Москвы в Нячанг. Почему вы решили запустить его в преддверии летнего сезона, который считается на российском рынке низким?**

Мы очень рады открывать россиянам новые интересные направления во Вьетнаме, к которым, безусловно, относится и Нячанг. Более того, лето — отличное время для отдыха на этом курорте, расположенном на юге страны, и именно летом большинство россиян предпочитает брать отпуск. Мы намеренно открыли рейс в апреле, потому что хотим увеличить пассажиропоток на направлении в низкий сезон, и, возможно, вообще забыть о таком понятии, как сезонность.

**Планируете ли вы увеличить частоту рейсов из России во Вьетнам и открыть новые направления, например, в Дананг?**

На данном этапе у нас шесть рейсов из Москвы во Вьетнам летом и семь вылетов зимой. С октября 2013 года мы поставим 2 рейса в Нячанг (по понедельникам и пятницам), два рейса в Хошимин (по средам и воскресеньям) и три в Ханой (по вторникам, четвергам и субботам). Скорее всего, мы увеличим частоту полетов в Хошимин и Нячанг до трех раз в неделю в каждый город с 2014 года.

Дананг пока — в очень дальней перспективе. Но мы рассматриваем возможность открытия прямого регулярного рейса из Екатеринбурга в Ханой или Хошимин и, возможно, из Москвы на вьетнамский остров Фукуок в конце 2014 года.

**Как строится ваша работа с российскими туроператорами? Кто является вашими основными партнерами?**

Авиакомпания Vietnam Airlines уже давно представлена на российском рынке. За это время у нас сложились хорошие отношения с компаниями, занимающимися Юго-Восточной Азией. У нас есть ряд «топовых» туроператоров, которым мы предоставляем специальные, очень привлекательные тарифы. На каждом рейсе эти компании располагают определенным количеством мест, которые мы подтверждаем заранее, примерно за 4 месяца до начала сезона, чтобы они могли заранее рассчитать свои турпакеты и представлять их на рынке. Мы, в свою очередь, всегда готовы предложить нашим партнерам бюджетные билеты для рекламных туров и командировок во Вьетнам. Перечислю некоторые наши самые крупные агентства: «Ванд Интернэшнл Тур», «Амитур», GSO Travel, «Пакс», «Ролим Трэвел», «Вальма-М», «Интерсервис». Сейчас мы напрямую работаем с более чем 350 агентствами на территории России и всегда открыты для сотрудничества.



« 2012 год был непростым для всех авиакомпаний в Юго-Восточной Азии, так как наблюдался некоторый спад объема перевозок в регион. Но мы перевезли более 13,5 млн пассажиров, что улучшило наши показатели на 1% по сравнению с 2011 годом. Другие игроки рынка вообще не показали никакого роста, а, наоборот, регрессировали >>>

**НГУЕН ХУУ ТУНГ**

Директор российского представительства Vietnam Airlines



# Российские подмошки для британского дебюта

Летать за небольшие деньги — мечта любого туриста. За границей она давно превратилась в реальность: по всему миру пассажиров перевозят авиакомпании-дискаунтеры. В России бюджетные авиалинии все еще не прижились. Пока власти раздумывают, быть или не быть российскому лоукостеру, нишу дешевых перевозок занимают иностранные авиакомпании. Одна из них — недавно вышедшая на российский рынок британская easyJet.

**ТЕКСТ**  
СВЕТЛАНА КОНОВАЛОВА



»»» Два раза в день авиакомпания easyJet летает из столичного Домодедова в Лондон (аэропорт Гатвик). Полеты между Москвой и Манчестером выполняются четыре раза в неделю (по понедельникам, средам, четвергам и воскресеньям).

»»» **55** млн человек перевезла авиакомпания easyJet в 2012 году.

## НА СТАРТ, ВНИМАНИЕ...

История компании easyJet началась в 1995 году. Тогда воздушный флот перевозчика составляли два самолета Boeing 737-300, обслуживающие два направления в Великобритании. За первый год своей работы easyJet не удалось перевести и полумиллиона человек. Но эффективная бизнес-модель и стратегия полетов между крупными городами Европы по ценам в два раза ниже, чем у традиционных авиаперевозчиков, позволила компании к 2000 году занять лидирующие позиции на европейском рынке лоукост-перевозок. В 2004 году easyJet удивила весь мир переходом на эксплуатацию самолетов Airbus A319, заказав 240 воздушных судов такого типа.

Сегодня easyJet — один из крупнейших бюджетных европейских перевозчиков, самолетный парк которого насчитывает 214 «аэробусов», а маршрутная сеть включает более сотни направлений в Европе и Северной Африке. Среди партнеров easyJet — уважаемая Emirates и российская «Трансаэро».

## ПЕРВЫЕ ШАГИ В РОССИИ

Негативный опыт и горькая судьба российских бюджетных перевозчиков Sky Express и «Авианова» не повлияли на планы easyJet выйти на российский рынок. В середине марта начались полеты между Москвой и Лондоном, а в конце месяца easyJet соединила российскую столицу с Манчестером, открыв первый в истории гражданской авиации прямой перелет между двумя городами.

Высокие цены на топливо и плохие условия в аэропортах для дискаунтеров, на которые так часто жаловались вышедшие из игры российские лоукостеры, несколько не испугали британцев. В easyJet отмечают, что подобные проблемы возникают и в других европейских странах, и с ними легко справиться путем грамотного распределения загрузки, расчета маршрутной сети, большого пассажиропотока и глубины продаж. «Все эти моменты позволяют оптимизировать бизнес. Ведь от правильного расчета зависит успех. Мы предлагаем

выгодные цены, за счет чего имеем большой пассажиропоток. Кроме того, постоянно работаем с аэропортами, чтобы минимизировать издержки», — рассказала генеральный директор авиакомпании easyJet Каролин МакКолл на пресс-конференции, посвященной началу полетов между Лондоном и Москвой.

Высокая цена на авиакеросин (около трети расходов easyJet приходится на авиатопливо) компенсируется особыми условиями в аэропортах. Например, в Домодедове, где базируется перевозчик в России, easyJet использует «рукава», но за это не платит.

Перевозчик начал активно сотрудничать с российским турбизнесом. Уже подписан ряд договоров с туроператорами. На сайтах таких турфирм, как BSI group, Meridian Express, KMP Group появились туры с перевозкой британским лоукостером. Начальник отдела групповых туров в Лондон компании Meridian Express Элина Тарганчук рассказала: «У нас подтвержден гарантированный график мест на рейсах easyJet, это позволило снизить стоимость групповых туров на 50–100 евро. Но пока российские туристы настороженно воспринимают перелет бюджетной авиакомпанией».

## ЭКОНОМИЧНЫЙ, ПОТОМУ ЧТО «ЗЕЛЕНЫЙ»

Модный за рубежом «экологичный» принцип работы свойствен и easyJet — компания пропагандирует бережное отношение к окружающей среде и старается сохранять такой подход на всех этапах своей деятельности. Например, билеты продаются через интернет, что сокращает расход бумаги. Отсутствие бесплатного питания позволяет не переводить продукты — пассажиры могут заказать еду в нужном для них количестве. Благодаря прямым рейсам снижаются вредные выбросы в атмосферу, расходы на топливо. Экономить авиационный керосин помогает ряд аэродинамических усовершенствований самолетов, применение более легких сидений и тележек на борту. Такая политика позволяет не только снизить вред, причиняемый окружающей среде, но и уменьшить затраты, следствие чего — низкая цена на авиабилеты.

## Кому нужен лоукост

Компания Skyscanner обнародовала результаты исследования предпочтений российских путешественников. На основе опроса мнений 1300 респондентов выяснялось, есть ли сегодня условия для развития авиакомпаний-лоукостеров в нашей стране.

По данным опроса, 47% путешественников, выбирая авиакомпанию, руководствуются не только стоимостью перелета. Для них важны качество и имя перевозчика, дополнительные услуги, которые он предлагает. 12% респондентов заявили о том, что предпочтут не лететь лоукостером и выберут традиционную авиакомпанию, руководствуясь соображе-

ниями о преимуществах, которые она предоставляет. При этом 93% туристов все же хотели бы иметь постоянную возможность летать бюджетными авиалиниями. У 68% из них уже был положительный опыт перелета с лоукостерами. Лишь 7% интервьюируемых отметили, что путешествие бюджетными авиалиниями для них оказалось неудачным.

# »» 47%

респондентов, заявили, что предпочтут перелет авиакомпанией-дискаунтером, вне зависимости от продолжительности рейса. 19% готовы лететь бюджетным рейсом только на сравнительно короткие расстояния.

## Aigle Azur: новый рейс в Ниццу

Французская авиакомпания Aigle Azur представила новую полетную программу из Москвы в Ниццу. В расписании заявлены 4 рейса в неделю на этом маршруте, все они будут выполняться из аэропорта Внуково на лайнере Airbus A321 в двухклассной компоновке.

Пассажиры бизнес-класса размещаются так, что среднее в ряду из трех кресел всегда остается свободным, в его спинке находится откидной журнальный столик, на который можно положить газеты и личные вещи. Клиентам предлагаются тревел-наборы, небольшие подушки и пледы и бокал шампанского в качестве приветственного напитка. Питание на борту — два горячих блюда на выбор, а также вина, специально подобранные сомелье авиакомпании. В экономическом классе пассажирам предоставляется горячее питание и вина (бесплатно и без ограничений). Отличительная черта

AigleAzur для всех классов обслуживания — высокопрофессиональные русскоговорящие бортпроводники. Aigle Azur — вторая по величине французская авиакомпания, летающая, в частности, в Алжир, Мали, Португалию и Тунис из 9 основных аэропортов страны. В ее авиапарке 13 лайнеров марки Airbus, которые выполняют более 350 регулярных рейсов в неделю. В прошлом году Aigle Azur открыла рейсы Париж — Москва (14 рейсов в неделю) и получила разрешение на полеты из Москвы в Лион. На маршруте Ницца — Москва код-шеринговое соглашение с Aigle Azur заключила авиакомпания



«Трансаэро». С французской стороны только Aigle Azur является назначенным перевозчиком на данном направлении. С российской стороны уже давно по данному маршруту летает «Аэрофлот».



### conference.ru

уникальная интернет-система поиска и бронирования конференц-залов

- конференции • симпозиумы •
- семинары • тренинги •

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



# В исполнении звезд

В 2012 году число посетивших столицу иностранных туристов впервые за последние годы превысило отметку в 5 миллионов человек. По словам главы Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы Сергея Шпилько, в 2013 году российская столица должна принять 5,4–5,5 млн иностранцев.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

**Р**ост турпотока сопровождается расширением гостиничной сети: за год с небольшим в столице было открыто 8 гостиниц.

Всего их в Москве сейчас 303, не считая отелей присоединенных территорий Большой Москвы, а также маломестных средств размещения — мини-отелей, хостелов и апарт-отелей. По свидетельству Сергея Шпилько, предложение на гостиничном рынке становится максимально разнообразным, каждый новый проект рассчитан на вполне определенного гостя. Так, недавно открывшийся Novotel City ориентирован на бизнес-туристов, отель SkyPoint — на транзитных туристов. Появляются и капсульные отели, новые хостелы. Все это свидетельствует о переходе рынка на качественно иной уровень.

В 2013 году ожидается немало громких премьер. В сегменте отелей класса «люкс» это Marriott Novy Arbat на 234 номера, который станет частью комплекса, включающего апартаменты с гостиничным сервисом, «Никольская Кемпински Москва» на 210 номеров — второй отель компании в столице, а также гостиница «Москва», возобновление работы которой запланировано на текущий год. По данным GVA Sawyer, в 2013 году планируется ввести в эксплуатацию следующие гостиницы уровня 4 звезды: Tree by Hilton Moscow Vnukovo Airport (432 номера), Double Tree by Hilton Moscow Leningradsky Riverside (270 номеров), Hilton Garden Inn Moscow New Riga (162 номера), бутик-отель «Пушкин» (110 номеров). Помимо этого, запланирован ввод в строй гостиницы в МФК «Аквамарин».

По данным аналитиков компании, к концу 2013 года общий номерной фонд гостиниц в целом по Москве составит 23 тысячи номеров. Для отельеров динамичный рост рынка означает непрерывный рост конкуренции. По статистике Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы, сейчас столичные гостиницы работают со среднегодовой загрузкой около 60%. Учитывая рост качественного предложения, конкуренция за клиентов, прежде всего корпоративных, будет только усиливаться.

## БОРЬБА НЕ НА ЖИЗНЬ

Уже несколько лет назад представители международных гостиничных операторов отмечали, что ситуация с конкуренцией на гостиничном рынке в российских городах меняется. «Москва — это серьезный рынок, здесь нельзя расслабиться и благоденствовать», — заявил в интервью «ТБ» новый генеральный менеджер гостиницы The Ritz Carlton Moscow Аллан Федерер.

«Конкуренция на рынке гостиничных услуг очень высокая, особенно после финансового кризиса 2008 года. Во-первых, были скорректированы цены. Во-вторых, количество гостиниц, а соответственно, и предлагаемых в Москве номеров, ресторанов и банкетных залов значительно увеличилось. Спрос растет медленнее, чем предложение», — считает генеральный менеджер отеля «Хилтон Москоу Ленинградская» Константин Горяинов. По его мнению, в таких рыночных условиях на первый план в конкурентной борьбе выходят глобальные PR-кампании, программы лояльности и кобрендинговые инициативы, которые позволяют повысить интерес к гостинице на 30%.

В Москве на первый план выходят такие факторы, как местоположение отеля и его принадлежность к международному бренду. «В связи с очень интенсивным движением автотранспорта и многочасовыми пробками, гости предпочитают отели в шаговой доступности от их корпоративных офисов», — отмечает Константин Горяинов. Аналогичного мнения придерживается директор отдела продаж и маркетинга отеля «Балчуг Кемпински Москва» Ольга Рыжковская: «Транспортная загруженность столицы продолжает увеличиваться с каждым годом. В связи с этим большую роль стало играть расположение отеля. Важным фактором становятся и определенные виды сервиса, значимые для бизнес-путешественников, в том числе наличие бесплатного высокоскоростного интернета».

## СИЛА ОБЕЩАНИЯ

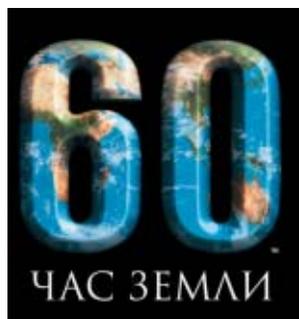
Конкуренцию в сегменте «люкс» усиливает не только возрастающее количество и качество предложения, но и давление со стороны отелей классом ниже. «За последние 2–3 года появились бизнес-отели класса 4+, которые забирают у премиум-сегмента часть гостей за счет чуть менее высоких цен. Из-за ограничений по бюджету многие компании готовы идти на компромисс в сторону меньшей «звездности», что еще более усиливает конкуренцию», — говорит Ольга Рыжковская. В качестве ответного шага отели премиум-класса вводят специальные предложения, включают в программу пребывания гостей дополнительные бонусы. Важную роль при этом играют программы лояльности.

«Присутствие в Москве достаточно большого количества гостиничных брендов позволяет гостям делать выбор в пользу той или иной торговой марки либо по причине участия в международной программе лояльности, либо по причине



>>> К концу 2013 года общий номерной фонд гостиниц в целом по Москве

составит **23** тысячи номеров.



»»» Международные компании и их подразделения в России нередко присоединяются к экологическим акциям. В этом году российские гостиницы компании Carlson Rezidor присоединились к акции «Час земли», которая проходила 23 марта с 20.30 до 21.30 местного времени. В течение часа была отключена подсветка фасадов гостиниц и вывесок. Некоторые отели также приглушили свет в служебных помещениях, общественных зонах на первом этаже и ресторанах, расставив свечи в качестве альтернативного освещения.

набора определенных услуг отеля и его звездности», — отмечает Константин Горяинов. В качестве примера можно привести программу лояльности Club Carlson, которая действует в отелях компании Rezidor Hotel Group. Она позволяет участникам накапливать бонусные баллы, оставаясь в отелях компании по всему миру во время деловых или личных поездок, использовать их для получения бесплатных ночей в более чем 1300 отелях в 80 странах мира. Кроме того, держатели карты Club Carlson могут обменять накопленные баллы на мили авиакомпаний-партнеров. Существуют также отдельные направления программы: «Club Carlson для малого бизнеса» и «Club Carlson для организаторов мероприятий».

Организаторы мероприятий, выбрав один из отелей для проведения конференции или банкета, будут накапливать баллы, которые потом могут использовать в личных поездках. «Мы регулярно предлагаем членам клуба специальные акции, позволяющие накапливать баллы еще быстрее, что, безусловно, помогает не только удерживать внимание постоянных гостей, но и привлекать все больше новых участников программы», — рассказывает региональный менеджер по PR и коммуникациям компании Carlson Rezidor Ирина Захарова.

Группа отелей «Кемпински» представляет гостям программу лояльности GHA Discovery, действующую во всех отелях гостиничного альянса. Программа предполагает бонусную систему с несколькими уровнями карт и членства. Среди бонусов GHA Discovery, которыми можно воспользоваться более чем в 300 отелях альянса в 55 странах: бесплатное повышение категории номера, ранний заезд и поздний выезд, повышение категории номера, бесплатный интернет (в тех отелях, где интернет предоставляется на платной основе), дополнительные бесплатные ночи проживания, программа уникальных впечатлений local experiences.

### ЗАПАДНЫЙ ОБРАЗЕЦ

В практике зарубежных, особенно европейских отелей, нередко предложения нестандартных услуг. К примеру, отели Holiday Inn проводили необычную акцию — постояльцы могли обратиться к сотрудникам с просьбой нагреть их постели. Пятизвездный отель в Ливерпуле предлагает гостям чтение сказок на ночь. Жанр рассказа выбирает сам слушатель. Администрация утверждает, что услуга пользуется огромным спросом у постояльцев.

Бостонский отель Nine Zero предлагает специальные услуги для постояльцев с домашними животными. Для питомцев предусмотрен сервис высокого класса: массаж, прогулки, специальные кровати и отдельное меню.

В одном из четырехзвездных отелей США есть должность феи. Девушка украшает номера лепестками роз и разносит гостям шампанское с шоколадом.

Таких примеров немало, для развитых рынков использование wow-эффекта традиционно: несмотря на то, что придумать нечто по-настоящему новое и неожиданное непросто, при использовании такого приема чаще всего обеспечены внимание СМИ и дополнительная реклама.

Российские гостиницы в этом отношении пока действуют сдержаннее. Среди спецпредложений чаще всего фигурируют гастрономические новинки, приглашение известных шефов из-за границы, новинки спа, культурные мероприятия, специальные акции на выходные.

По мнению Ольги Рыжковской, необычные предложения отельеров отражаются на цитируемости в СМИ, они напрямую не вызывают всплеска бронирований, но могут в перспективе привести к большей узнаваемости гостиницы: «В нашей компании необычные акции не проводятся, уступая место изысканным концепциям и инновациям в сферах культуры, гастрономии, красоты и искусства жить».

На примере отеля «Балчуг Кемпински Москва» можно отметить специальные программы «Выходные на миллион», более ранние акции «Как стать принцессой» (по мотивам свадьбы принца Уэльского и принцессы Кейт), «Модный форсаж» (отель предоставил гостям возможность воспользоваться недавно появившимся на рынке автомобилем Porsche Panamera Turbo и сделал соответствующую программу).

«В России известные пятизвездные отели действительно не стремятся к проведению таких акций, рассчитанных на wow-эффект, а, напротив, стараются эволюционно развивать свой сервис», — уверена Ольга Рыжковская.

# Кризис легче переживать вместе

Генеральный директор ЗАО ТК «Измайлово» («Гамма» – «Дельта») **АЛЕКСЕЙ ВОРОБЬЁВ** поделился с «ТБ» ближайшими планами и пожелал туроператорам не бояться работать на перспективу

БЕСЕДОВАЛА АННА ЮРЬЕВА

**ГК «Измайлово» — один из наиболее известных отелей Москвы, принимающих крупные мероприятия и большие туристские группы. Являются ли они основными клиентами комплекса?** Туристические и деловые группы — это наши основные клиенты. Как и в других московских гостиницах, их соотношение носит ярко выраженный сезонный характер. Лето — пик туристической активности, когда наши отели заполняют группы путешественников из-за границы. В последние годы к нам приезжает огромное количество туристов из Китая, стабильный турпоток обеспечивают европейские страны. С середины 2012 года стали появляться и российские туристические группы. Это стало возможным благодаря поддержке столичного Комитета по туризму и гостиничному хозяйству во главе с Сергеем Шпилюко. Несколько столичных туроператоров объединились в «Мостурпул», чтобы совместно продвигать Москву как туристическое направление на внутреннем рынке. Вначале это были небольшие группы по 5–6 туристов, сейчас, особенно в периоды школьных каникул, эти группы могут достигать сотни человек.

**Одна из причин того, что туристы из регионов не едут в Москву — высокие цены, в том числе на проживание. Как удалось сделать поездку в Москву более привлекательной?**

Мы являемся базовой гостиницей «Мостурпула», такая договоренность была достигнута при создании этого объединения. Компаниям, входящим в объединение, мы предоставляем специальные тарифы, которые существенно ниже цен прямого бронирования.

Учитывая наш большой оборот, мы можем позволить себе — и считаем это правильным — разработку специальных программ, в частности, для «Мостурпула», предлагать цены, которые не только являются конкурентными, но и представляют интерес для туристов из регионов.

**В ближайшие годы московский гостиничный фонд пополнится новыми игроками в сегменте экономкласса. Насколько существенно может вырасти конкуренция?**

Конкуренция на столичном гостиничном рынке постоянно усиливается, это бесспорно. И мы постоянно думаем о том, как повысить привлекательность наших гостиниц. Если отельер не забывает об этом, он не упустит своего гостя. Инфраструктура отдыха и развлечений, которая за многие годы работы создана в ГК «Измайлово» («Гамма» — «Дельта»), уникальна. У нас есть все, что необходимо для отдыха, развлечений и бизнеса. Мы постоянно развиваем систему конференц-залов. Сейчас их девять, вместимостью от 15–20 до 500 человек. В мае мы открываем еще два зала: один на 25–30 мест, другой на 50–60 мест. Через три месяца открывается еще один зал на 150–200 мест.



Важное конкурентное преимущество наших отелей — многолетние устойчивые деловые связи с туроператорами. С нами работают практически все ведущие компании, которые точно знают, что мы всегда предлагаем качественный продукт.

**Каковы особенности этого сотрудничества в настоящее время? На что следует обратить внимание отельерам?**

В этом году мы наблюдаем сужение туристического потока. Это отголоски кризиса, который продолжается в мировой экономике и не может не повлиять и на нашу работу. Реагируя на это, мы, несмотря на нормальные рабочие отношения со всеми туроператорами, в этом году ввели для каждой компании персонального менеджера, который отвечает за все аспекты сотрудничества с конкретным туроператором. Мы вводим новые бонусные предложения для тех компаний, которые преодолевают определенные пороги продаж. Они получают скидки не только на размещение, но и на другие услуги: питание, организацию банкетов, конгрессов, мероприятий различного формата.

**Какие предложения для туроператоров появятся в преддверии летнего сезона?**

В этом году нам предстоит удлиненные майские праздники. С одной стороны, это минус, поскольку падает деловая активность, но с другой стороны, в этот период возрастет число туристических групп. Наш коммерческий отдел разработал шесть вариантов спецпредложений туроператорам на этот период. По окончании праздников мы проанализируем тот эффект, который был достигнут и, внося соответствующие корректировки, мы продлим эти предложения на летний сезон.

**Вы говорили о кризисе и сужении турпотока, что в столь непростых условиях можно пожелать туроператорам, сотрудничающим с московскими гостиницами?**

Я всегда говорю своим партнерам о том, что кризис легче переживать вместе. Не нужно жадничать, нужно уступать друг другу и думать только об одном: как провести мероприятие на таком уровне, чтобы в следующий раз контрагент сам искал и этого оператора, и наши отели. Именно это важно, а не сиюминутная прибыль. До 2007–2008 годов мы строили сотрудничество с туркомпаниями именно таким образом, и все выигрывали от оборота. Кризис привнес свои изменения: появились компании, я их называю компаниями одного дня, которые пытаются с каждого контрагента получить максимальную прибыль. Результат такой политики не заставляет себя ждать: контрагенты стараются их избегать. Нужно работать синхронно и уступать друг другу. Мы выступаем за такое сотрудничество и всегда готовы дать эксклюзивное предложение ради перспективного сотрудничества.

# ФОКУС-ОТКРЫТИЕ



«МОРСКОЙ КЛУБ»

КАТЕГОРИЯ  
5\*

## ДАТА ОТКРЫТИЯ

Апрель 2013 года

## РАСПОЛОЖЕНИЕ

Геленджик, поселок Дивноморское

## НОМЕРНОЙ ФОНД

11 апартаментов. В каждом номере эксклюзивная мебель и дизайнерские аксессуары, многоканальное телевидение и Wi-Fi. Двенадцатый, «капитанский люкс», расположен прямо на берегу моря.

## СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 7 тысяч рублей в сутки

## К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

920-метровый подогреваемый бассейн, собственный пирс и яхты, частный оборудованный пляж и сад, сауна, бассейн с джакузи, просторная бильярдная, сигарная, конференц-зал для проведения семинаров, конференций и других деловых мероприятий. Работают ресторан европейской кухни и бар.

## СПРАВКА «ТБ»

«Морской клуб» – единственный отель на российском побережье Черного моря с собственным пирсом. Клуб работает круглый год и принимает яхты длиной до 20 метров.



MARRIOTT NOVOSIBIRSK

КАТЕГОРИЯ  
5\*

## ДАТА ОТКРЫТИЯ

Конец 2013 года

## РАСПОЛОЖЕНИЕ:

Новосибирск, пересечение улиц Орджоникидзе и Мичурина

## НОМЕРНОЙ ФОНД

175 номеров

## СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

160 евро в сутки

## СПРАВКА «ТБ»

19 марта 2013 года между ЗАО «Сибирские отели» и гостиничной сетью Marriott Hotels International Ltd была достигнута договоренность о подписании договора на управление строящимся в Новосибирске отелем сроком на 30 лет. Инвестиции в проект составили около 1,5 млрд рублей. Эксперты прогнозируют жесткую конкуренцию Marriott с уже действующим отелем Doubletree by Hilton Novosibirsk.



**HILTON GARDEN INN  
ULYANOVSK**

**КАТЕГОРИЯ**  
4\*

#### **ДАТА ОТКРЫТИЯ**

Конец 2013 года

#### **РАСПОЛОЖЕНИЕ**

Ульяновск, ул. Гончарова, д. 27

#### **НОМЕРНОЙ ФОНД**

176 номеров, в том числе 5 люксов, одни апартаменты. В номерах – кровать с системой Garden Sleep System, эргономичное кресло Mirra от Herman Miller и бесплатный высокоскоростной доступ к интернету (Wi-Fi).

#### **К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**

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

#### **СПРАВКА «ТБ»**

Соглашение о строительстве отеля было подписано в 2012 году. Объем инвестиций – около 2 млрд рублей. Завершить строительство предполагалось в 2012 году, затем сроки сдвинулись в связи с решением сделать отель более высокого качества, чем планировалось. Была изменена структура номерного фонда, что повлекло за собой изменения в проекте. HGI Ulyanovsk, открытие которого планируется в конце 2013 года, станет восьмым по счету отелем сети Hilton Worldwide в России и третьим отелем под брендом Hilton Garden Inn.



**SHERATON DUSHANBE  
HOTEL**

**КАТЕГОРИЯ**  
5\*

#### **ДАТА ОТКРЫТИЯ**

Сентябрь 2013 года

#### **РАСПОЛОЖЕНИЕ**

Таджикистан, Душанбе

#### **НОМЕРНОЙ ФОНД**

148 гостевых комнат и люксов

#### **К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**

1790 квадратных метров свободного пространства в качестве мест для встреч, широкий выбор фешенебельных кафе и ресторанов.

#### **СПРАВКА «ТБ»**

По свидетельству президента компании по глобальному развитию Саймона Тернера, Starwood планирует открыть свой первый отель в Республике Таджикистан, а также продолжит расширение сети на таких важных рынках, как Перу, Бразилия, Мексика, Панама, Малайзия, Сингапур, Таиланд, Вьетнам, Бангладеш, Венгрия, Турция и Саудовская Аравия.



## Мальта: отдых, обучение, «Фейсбук»

Мальта — одно из популярных выездных направлений российских туристов, которое во многом ассоциируется с образовательным отдыхом. Обучение в языковых школах страны пользуется все возрастающим спросом. О новинках сезона рассказывает глава Мальтийского управления по туризму в РФ и странах СНГ **ЭНТОНИ КАРУАНА**.

**ПОДГОТОВИЛ**  
СЕРГЕЙ ДЕМЕТЬЕВ

### НОВЫЕ ИМЕНА

Сегодня на Мальте работает множество языковых школ с широким выбором учебных программ — разной продолжительности, интенсивности и уровня подготовки студентов. Можно подобрать подходящий вариант как для начинающих, так и для тех, у кого уже есть определенный багаж знаний. Все языковые школы должны получить лицензию Министерства образования Мальты. Она выдается при условии соответствия школы всем установленным требованиям. Занятия проводятся квалифицированными преподавателями.

В 2013 году список мальтийских школ, которые предлагают круглогодичное обучение, дополнили два новых участника.

Школа Cavendish School of English открылась в Великобритании еще в 1983 году. За прошедшее время через нее прошли более 70 тысяч учеников. В этом году школа открыла свой центр в столице Мальты — Валлетте. Она расположена в здании традиционной мальтийской архитектуры, на тихой улице рядом с центром города. В школе установлено самое современное оборудование, есть интернет-кафе и точки доступа к беспроводному

интернету. Ученики могут пообедать в столовой и отдохнуть в уютной гостиной. Для проживания предлагаются четырехместные апартаменты в верхней части здания. Школа ACE English Malta открылась в 2012 году. Здесь работает группа профессионалов, имеющая более чем двадцатилетний опыт преподавательской деятельности. Основная идея руководства школы — обеспечение индивидуального подхода к каждому студенту и помощь ему в достижении поставленных целей. В обучении широко используются современные техники преподавания. Педагоги всегда готовы общаться со своими учениками. Студенты, обучающиеся по программам General English, Minigroup или Intensive English, посещают бесплатные занятия по разговорной практике Afternoon Conversational Classes во второй половине дня. Занятия направлены на тренировку навыков произношения и правильной интонации. Тем, кто делает выбор в пользу делового английского, школа предлагает курс Communicating Effectively for Professionals во второй половине дня, где, помимо закрепления пройденного материала, отрабатываются навыки ведения переговоров и презентаций. Школа предоставляет возможность ученикам совершить экскурсии.

»» На  
**31%** увели-  
чился в 2012 году турпоток  
из России на Мальту.

## АКТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА

В этом году мальтийская школа английского языка Maltalingua Language School обратила свое внимание на подростков. Теперь она предлагает для школьников и студентов в возрасте от 12 до 17 лет программу Active Language Learning programme. Курс включает не только языковое обучение, но и дополнительные активные внеклассные занятия за пределами аудитории. Новая программа предлагается на базе двух центров Maltalingua — в Сент-Джулиансе и Меллихе. Подростки могут выбрать для проживания резиденцию уровня 4\* или местную принимающую семью. В каждом кампусе будут сотрудники, ответственные за безопасность учеников и их досуг. В свободное от учебы время ребятам предлагают различные экскурсии, спортивные и развлекательные мероприятия.

Maltalingua открылась в апреле 2012 года. Один из центров школы расположен в собственном здании с бассейном на крыше в районе Сент-Джулианса, между главным шопинг-центром острова Слимой и Валлеттой.

## МАЛЬТА В «ФЕЙСБУКЕ»

Команда Visitmalta запустила масштабную кампанию под названием «Лицо Мальты» (Face of Malta). Организаторам нужно разыскать 10 парней и девушек из 10 различных стран в возрасте от 18 до 28 лет и привезти их в сентябре на Мальту. Тем, кто захочет попробовать свои силы, нужно посетить страницу facebook.com/visitmalta в социальной сети Facebook, поставить Like или «Нравится» и загрузить свое фото с помощью приложения Face Of Malta. 10 молодых людей разного пола из каждой страны с наивысшим рейтингом будут отобраны для участия в финальном конкурсе. Потом жюри выберет одну пару от страны в качестве «Лица Мальты» для рекламной кампании изучения английского языка 2014 года. Каждый из 20 победителей сможет посетить самые интересные места на архипелаге, искупаться в море, пройти недельный курс обучения английскому языку и завести множество друзей.

## БАКАЛАВРЫ И МАГИСТРЫ

Мальтийское управления по туризму в РФ и странах СНГ приняло участие в московской международной выставке «Образование и карьера», которая прошла в Гостином Дворе в начале марта. На мероприятии были представлены образовательные учреждения со всего мира. На мальтийском стенде на протяжении трех дней работы выставки работали 10 московских туроператоров.



БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ



БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ



БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

ICS TRAVEL GROUP 4882 000766  
«СЕРЬЕЗНИЧСКАЯ»  
(495) 746-4847 (м.) www.icstravel.ru

ВАНД ИНТЕРНЭШЛ ТУР 4811 000000  
«ТВЕРСКАЯ»  
(495) 790-3661 www.vand.ru

ДИАЛОГ МТЗ 007203  
«КРАСНОГРЕШЕНСКАЯ»  
(495) 730-2022 (м.) www.maltaresort.ru

ИНСАЙТ-ЛИНГВА МТЗ 008642  
«НОВОСЛОБОДСКАЯ»  
(495) 795-0622 www.IH.ru

МЕЛИТА ТУР МТЗ 007078  
«АРБАТСКАЯ»  
(495) 411-9032 www.maltatour.ru

МИЛЕНИУМ ВОЯЖ МТЗ 007256  
«БАУМАНСКАЯ»  
(495) 640-1181 www.milennyum.ru

НЕВА МТЗ 000608  
«ТАГАНСКАЯ»  
(495) 799-9444 www.nevatravel.ru

СОЛВЕКС-ТРЭВЭЛ МТЗ 008984  
«КРОПОТКИНСКАЯ»  
(495) 956-1418 www.solvex.ru

СТВ ТУРС МТЗ 009666  
«ДОСТОЕВСКАЯ»  
(495) 638-5333 www.stvtours.ru

ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС-МФ МТЗ 000796  
«НАГАТИНСКАЯ»  
(495) 961-2725 www.travel-express.ru

ТРЭВЕЛМАРТ МТЗ 012614  
«ТАГАНСКАЯ»  
(495) 935-8330 www.mytravella.ru

ЮЖНЫЙ КРЕСТ МТЗ 008617  
«БИБЛИОТЕКА ИМ. ПЕНИНА»  
(495) 772-9930 www.ukrest.ru



Мальта - не просто отдых!

MALTA IS MORE

www.visitmalta.com





# По морям — по островам

Острова Хорватии делают эту страну идеальным направлением для любителей морского туризма. К услугам гостей — водные виды спорта, нудистские пляжи, экологически чистые продукты и вина местного производства. Представляем десятку самых интересных островов Хорватии.

»» JAT Airways — национальная авиакомпания Сербии — выполняет ежедневные рейсы из Москвы в Белград. Это позволяет российским путешественникам спланировать перелет в Пулу, Сплит и Дубровник с пересадкой в Белграде.

## ЛУЧШИЙ ПО РЫБОЛОВСТВУ И ВИНАМ

В южной части Хорватии расположился живописный остров Вис. Среди населенных островов Адриатики Вис наиболее удаленный, от Сплита до него можно добраться за 2,5 часа на пароме. Желаящим окунуться в историю стоит посетить город Вис. Комижа — маленькая рыбацкая деревня — расположена в тихом заливе на западной стороне острова Вис. Эта деревушка славится своими винами, оливковым маслом, разнообразными видами рыбы и крабов. Здесь туристам предложат отличную рыбалку и покажут, как приготовить улов. Местные белые и красные вина придутся по вкусу даже самым взыскательным ценителям. Нельзя упустить возможность посетить соседний маленький остров Бишево. Здесь находится «Голубая пещера», которая знаменита эффектом преломления света.

## СОЛНЕЧНЫЙ ОСТРОВ

Хвар известен как самый солнечный остров Адриатики (349 солнечных дней в году). Этот остров еще

и самый длинный в Адриатическом архипелаге. Его протяженность — 68 км.

Город Хвар — столица острова. Здесь находится древнейший театр в Европе, построенный в XVII веке на одной из площадей города, а также Кафедральный собор в стиле ренессанса. Основные занятия местного населения — туристический сервис, рыбный промысел и виноградарство. На Хваре в большом количестве выращивается лаванда, которая стала своеобразным символом острова и наиболее популярным сувениром у туристов.

## ВОЗВРАЩЕНИЕ К ИСТОКАМ

Корнати — самый большой и необычный средиземноморский архипелаг, расположенный в Северной Далмации. По легенде, Корнати — лабиринт морских каналов и островов — образовался из горсти скал, что остались у Бога после сотворения мира. Бросив их в море, он посмотрел и решил, что ничего не нужно исправлять. Архипелаг Корнати состоит из 120 островов и рифов. Эти изрезанные острова считаются самыми живописными в Средиземноморском регионе. На больших островах Зут и Пискера есть пристани-марины, кото-

рые часто используются любителями парусного спорта. На Корнати, который к тому же является национальным парком, есть рыбацьи деревушки и известняковое плато Вела-Флора (на острове Корнат).

## САМЫЙ КРАСИВЫЙ

Брач — один из самых красивых островов Хорватии. Здесь много сосновых лесов, виноградников и оливковых рощ. На сильно изрезанном побережье Брача можно любоваться многочисленными заливами, песчаными и галечными пляжами, которые тянутся на десятки километров.

Кульминацией поездки станет Бол, самый крупный туристический центр на юге острова. Эта бывшая рыбацкая деревушка сегодня стала визитной карточкой Хорватии. Здесь множество восхитительных пляжей, один из которых — «Златни Рат» («Золотой Рог») известен во всем мире. Этот мыс из гальки постоянно меняет свою форму под воздействием ветра и волн, он выступает в море почти на 300 метров и утопает в сосновом бору. «Золотой Рог» — идеальное место для занятий виндсерфингом и большим теннисом.

## НЕТРОНУТАЯ ПРИРОДА

Млет — самый лесистый остров хорватской Адриатики. 70% его площади покрыто сосновыми лесами. В западной части острова расположен старейший на Адриатике национальный парк. Здесь растут древние густые сосновые леса, находятся каменные пещеры. В парке есть два живописных соленых озера — Большое (глубина 46 м) и Малое (глубина 29 м), которые соединены с морем и между собой. В этих озерах водится много разных видов рыбы и омаров. Туристы сюда приезжают на кораблях, которые причаливают в местечке Помена.

На острове Млет около десяти небольших поселков с изумительными по красоте пляжами, а также местами, предназначенными для подводного рыболовства. На каждом шагу здесь можно найти старинные постройки.

## РАЙ ДЛЯ НУДИСТОВ

По иронии судьбы, остров Раб прославил на весь мир король Эдуард VIII, который отрекся ради любви от британского престола и вместе со своей возлюбленной — американкой Уоллис Ворфелд-Симпсон — решил искупаться здесь нагишом. После этого события Раб получил неофициальный статус нудистского центра. Но не только этот факт влечет туристско-натуралистов на остров Раб. Северо-восточная сторона острова находится во власти скалистого и бесплодного ландшафта, а юго-запад покрыт густыми сосновыми лесами. Живописную картину острова, который рас-

положен недалеко от центра Кварнерского архипелага, дополняют шпили четырех церквей одноименного средневекового города Раб.

Еще одна гордость острова Раб — парк Кормчар, до которого можно добраться на пароме из порта Ябланац или на автобусе.

## ОБУЧЕНИЕ МОРЕПЛАВАНИЮ

Остров Муртер — самый большой в шибенском архипелаге, с материком его соединяет подвижный мост. Большие районы острова: Муртер, Бетина и Тисно. Местечко Муртер окружено тремя холмами и спрятано в сосновом лесу и оливковых рощах. Гавани Муртера предлагают мореплавателям около двухсот мест для причала, а на близлежащих Корнатских островах можно остановиться и почувствовать все очарование туризма в духе Робинзона Крузо.

В Бетине расположена верфь, где делают небольшие суда. Есть место с отличной далматинской кухней на основе домашнего оливкового масла и свежей рыбы. Тисно является уникальным местом на острове, где еще можно найти старинные каменные дома и типичные далматинские узкие улицы, а также хорошее вино, вкуснейшую соленую рыбку и далматинскую ветчину. Каждое лето Адриатическая морская академия проводит занятия в парусной школе.

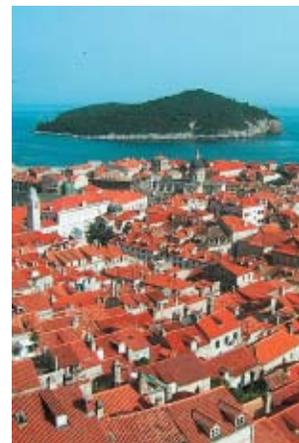
## ЗАЖИГАТЕЛЬНЫЕ ВЕЧЕРИНКИ

Свое название Паг получил от греческого слова page, что означает «природный источник». Столицей острова является одноименный город Паг. Остров соединен с материком 340-метровым мостом, благодаря чему это местечко сочетает в себе все прелести островного отдыха, но в то же время гости не чувствуют себя здесь оторванными от цивилизации.

Остров Паг часто называют хорватской Ивисой, в 30 минутах езды от города Паг находится знаменитейшее местечко Навалья, где в период с конца июня до начала сентября работает множество дискотек, баров и прочих молодежных развлечений.

## ИДЕАЛЬНО ДЛЯ УЕДИНЕНИЯ

Палагружа — самый удаленный хорватский остров, находится в 125 км от Сплита, в самом центре Адриатического моря, на границе Италии и Хорватии. Остров покрыт средиземноморской растительностью. Здесь в конце XIX века был построен маяк Палагружа высотой 90 метров. На маяке в течение всего года живут два смотрителя. За отдельную плату можно договориться с одним из них о посещении главного острова, его живописных ущельев и утесов, а также остальных островков и скал в палагружском архипелаге.



## ТОЛЬКО ПЕШКОМ

>>> Лопуд расположен в 7 километрах от Дубровника и обладает буйной средиземноморской, субтропической растительностью, с парками и пляжами, что по праву делает его одним из лучших туристических островов Элафитового архипелага. В прошлом Лопуд был островом капитанов, давшим мореходству Республики Дубровник наибольшее число мореплавателей. На острове нет автомобильного движения, поэтому воздух здесь особенно чистый.



## С ОТТЕНКОМ ЭКЗОТИКИ

Свадебные туры обычно относят к категории путешествий класса «люкс». Традиционные для таких поездок направления далеки от России: это острова Карибского бассейна (Куба, Доминикана) и Индийского океана (Мальдивы, Сейшелы), а также другие отдаленные точки планеты, куда традиционно едут в поисках романтического уединения. В обозримом будущем одним из популярных направлений свадебного туризма россиян обещает стать Таиланд.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

**П**редпосылки развития свадебного туризма в Таиланде очевидны: экзотическая природа, прекрасные пляжи, знаменитая местная кухня, высокий уровень сервиса. В стране немало отелей, предлагающих уединенные номера, бунгало и другие виды размещения, подходящие молодоженам. Кроме того, Таиланд — безвизовое направление, турист из РФ может находиться здесь в течение 30 дней при условии, что его заграничный паспорт действителен в течение полугода.

### ОБРЯДЫ МОЖНО ВЫБИРАТЬ

Сценариев и обрядов, которые предлагаются желающим сочетаться браком в Таиланде, великое множество. Но сразу оговоримся — речь идет лишь о символической свадьбе. Для проведения церемонии со всеми юридическими формальностями, необходимо обращаться в российское консульство в Бангкоке,

задействовать официальные органы не только России, но и Таиланда. В общей сложности на оформление документов может уйти более двух недель. Неудивительно, что подавляющее большинство брачующихся предпочитает символическую церемонию. Можно организовать церемонию с элементами тайских традиций. Например, обряд, когда соединенные руки молодоженов поливают водой. При этом на голову жениха и невесты надевают «корону», связывая короны единой нитью. Есть и более экзотические способы. В 2000 году в Книгу рекордов Гиннеса попала «самая масштабная подводная свадебная церемония в мире». Свадьбы также проводятся во время прогулки на слонах по джунглям, во время морского путешествия, на берегу моря под аркой из экзотических цветов. По словам менеджера по продажам компании Grand Orchid Travel Светланы Ануфриевой, россияне предпочитают классический свадебный сценарий. «Когда несколько лет назад мы только открывали Таиланд



## ТАИЛАНД



как свадебное направление, мы хотели сделать акцент именно на «тайском» сценарии проведения свадьбы с буддийским монахом и традиционными обрядами, — рассказывает она. — Однако это не прижилось, приезжающие из России склоняются к более привычной европейской церемонии, в которую включаются элементы, позаимствованные из тайских традиций». На большинстве курортов Таиланда действуют православные храмы, так что верующие могут провести обряд венчания. Как правило, гостей на церемонии немного, только близкие родственники. Обычно на свадьбе присутствует около десятка человек. Хотя нередки и более масштабные церемонии — для 50 человек и более. В таких случаях приезд гостей организуется как групповой тур со специальными тарифами на перелет и ценами на проживание.

«Традиционно для свадеб выбирают зимний сезон, в Таиланде в это время прекрасная погода, пользуется популярностью январь — время длинных новогодних каникул в России, а также февраль и день Святого Валентина», — отмечает Светлана Ануфриева.

### РОМАНТИЧЕСКАЯ ГЕОГРАФИЯ

Как правило, для проведения свадебных церемоний туристы выбирают те же регионы Таиланда, которые пользуются спросом у обычных отдыхающих. Популярностью пользуется столица страны Бангкок и соседние курорты. В программу свадьбы или медового месяца в Бангкоке могут входить экскурсии, кулинарные программы, прогулки на теплоходе по реке. Чтобы организовать экзотическую церемонию на слонах, стоит отправиться на север, во второй по величине город страны Чиангмай. В одноименной провинции молодеже-

нов разместят в гостинице в джунглях, предложат осмотреть памятники истории и культуры страны. Тем, кто ищет уединения и спокойствия, подойдет Хуахин. Здесь расположена летняя резиденция короля Таиланда и можно познакомиться с историческими памятниками, связанными с королевской семьей. Наиболее популярные курортные направления — острова Самуй и Пхукет — располагают всем, что нужно для большинства свадебных сценариев, а также для проведения медового месяца. Упомянутая выше подводная свадьба проводится на островах архипелага Чан. Ежегодно 14 февраля сюда съезжаются пары для того, чтобы провести незабываемую церемонию бракосочетания под водой.

## Задача номер один

В начале апреля Сомсак Пуирисрак назначен новым министром туризма и спорта Таиланда. Свою профессиональную карьеру он начал в 1993 году в Департаменте городского и сельского планирования. Дважды занимал пост губернатора провинции Супханбури в центральном Таиланде. Сомсак Пуирисрак заявил, что особое внимание на новом посту он намерен уделить вопросам обеспечения безопасности туристов.

«Безопасность путешественников становится в последнее время важнейшей темой для

глобальной индустрии туризма. Мы постоянно получаем вопросы по этому поводу на международных выставках и очень рады, что министр поручил решить эту проблему в первоочередном порядке», — отметил в этой связи руководитель Туристического управления Таиланда Сурафон Светасрени. По прогнозам экспертов, в 2013 году королевство посетят более 2 млн российских граждан. Турист из России в среднем тратит в стране \$135 в день (около \$2 тысяч за поездку), что превышает траты гостей из других европейских стран.



≡  
**В Таиланде толерантно относятся к обрядам и традициям разных стран: здесь можно организовать бракосочетание в европейском стиле, на побережье под аркой из цветов, или выбрать традиционную буддистскую свадьбу, которую проведет монах из действующего монастыря.**

### КАЖДОМУ СВОЙ WEDDING PACK

Клиентов, которые решают организовать свадьбу в Таиланде, турфирмы относят к представителям верхнего сегмента среднего класса. В перспективе страна может почти целиком занять эту нишу свадебных путешествий. По словам Дарьи Губенко, PR-менеджера компании TMI Consulting, представляющей в России сеть отелей Amari, стоимость организации свадебной церемонии начинается от \$1000. В цену, как правило, входит сама

церемония, цветочное оформление, букет невесты, услуги фотографа, свадебный торт, парикмахер и визажист для невесты.

Некоторые отели повышают категорию номера для жениха и невесты, предлагают различные комплименты — игристое вино, фрукты, сладости. «Не скажу, что Таиланд уже стал популярным свадебным направлением для россиян, но у него есть все шансы стать таковым в самое ближайшее время», — считает Дарья Губенко.

### ЛЮБОВЬ И ПРЕДАННОСТЬ

В 2012 году Таиланд посетили 1,3 млн российских туристов. Это превысило показатель 2011 года на 25%. Высокий туристический сезон в стране длится с ноября по март, в этот период российские туристы в основном отправляются на отдых с помощью туроператоров. Летом туристов меньше, возрастает процент тех, кто бронирует поездки самостоятельно. Увеличивается и средняя продолжительность отдыха россиян в Таиланде. Если в 2009–2010 годах она составляла 10–11 дней, то в 2012–2013 годах — более двух недель.

По статистике международного аэропорта Суварнабхуми, 5,9% прибывающих в страну туристов приезжают для того, чтобы отпраздновать свадьбу или медовый месяц. При этом в ходе акции «Thailand 2gether Forever» именно россияне чаще всего обращались на специальные стойки в аэропорту.

## Полет с улыбкой

**В** 2012 году национальный авиаперевозчик Таиланда перевез на 25% больше пассажиров, чем годом ранее. Важным событием стало открытие дочерней авиакомпании Thai Smile, которая в июле выполнила свой первый полет. Thai Smile предлагает перелеты по всему Таиланду, а также летает в Макао. Весной 2013 года Thai Smile запустила прямые рейсы по пяти новым международным направлениям, в том числе из Бангкока в Индию, с острова Пхукет в Индию и Малайзию.

«Появление Thai Smile позволяет нам охватить новую целевую аудиторию, предлагая пассажирам выгодные тарифы и удобные стыковки», — считает директор рос-



сийского представительства Thai Airways Манан Буниачай. Сейчас воздушный флот Thai Smile состоит из 15 самолетов Airbus A320-200. В ближайшие годы он пополнится еще пятью

лайнерами. Вырастет и количество самолетов Thai Airways: в 2012 году заказано шесть лайнеров типа Airbus A380 (три из них уже выполняют полеты), а также 15 самолетов Boeing-747.

В июле этого года будет запущен прямой рейс из Москвы на Пхукет с частотой раз в неделю. С ноября Thai Airways планирует летать из Москвы в Таиланд ежедневно: как минимум два раза в неделю на Пхукет и пять раз в неделю в Бангкок.

«Thai Airways — это авиакомпания, предлагающая пассажирам самый высокий уровень сервиса, поэтому снижать цены в погоне за клиентами мы не будем», — подчеркивает Манан Буниачай. — Сейчас Thai Airways сотрудничает с тремя российскими туроператорами — «Пакс», «Лабиринт» и ITM Group. В будущем возможно увеличение количества партнеров в РФ».

# Через три года — МИЛЛИОН

В прошлом году российский турпоток в Тунис вырос на 40%. Туристические власти страны настроены решительно: уже через три года они хотят принимать у себя миллион россиян. В прошлом году турпоток из РФ в эту страну составил 250 тысяч человек. Собеседник «ТБ» — министр туризма Туниса **ЖАМЕЛЬ ГАМРА**.

БЕСЕДОВАЛА СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

**Насколько значим российский рынок для туристической Туниса?** Около десяти лет назад мы обратили внимание на российский туристический рынок, но тогда проявляли к нему скромный интерес. Теперь мы стратегически развернуты к России и считаем, что она должна стать нашим главным туристическим партнером. Сейчас Россия занимает шестое место в общем рейтинге въездного потока в Тунис. Мы стремимся, чтобы она стала второй в этом списке. За минувший год в Тунисе побывало около 250 тысяч российских туристов, что на 40% больше, чем в 2011 году. В 2013 году мы планируем увеличить турпоток еще на 20% и перейти рубеж в 300 тысяч человек. Еще через три года мы хотим принимать уже миллион туристов из России.

## Ради чего российские туристы едут в Тунис?

В первую очередь российских туристов интересует пляжный отдых. Наибольшей популярностью пользуются курорты Сус и Хаммамет. Мы хотим расширить представление россиян о нашей стране и намерены активно продвигать спортивный, экскурсионно-познавательный, оздоровительный и гольф-туризм. Я сове-

тую путешественникам посетить зону археологических раскопок в центре страны, съездить в пустыню на юге Туниса, а также побывать на острове Джерба.

## Насколько сейчас безопасно в Тунисе?

Два года назад в Тунисе началась революция, были определенные волнения, однако — хочу подчеркнуть — ни один турист, приехавший в нашу страну на отдых, не пострадал. Все курортные зоны полностью безопасны. Сейчас революция перенеслась в стены парламента, где обсуждается проект конституции и формируются принципы демократического государства.

**Как вы намерены продвигать туристические возможности Туниса в России?** Бюджет, выделенный для продвижения туристического потенциала Туниса в России, был увеличен в три раза и в этом году составляет 2 миллиона евро. Деньги будут потрачены на интенсивную рекламу Туниса на улицах, в СМИ и интернете. Кроме того, мы стараемся всячески поддерживать российских туроператоров. На данный момент активнее всего на тунисском направлении работают компании «Пегас Туристик», Coral Travel, «Библио Глобус» и «Экспресс Тур».

«» Бюджет, выделенный для продвижения туристического потенциала Туниса в России, был увеличен в три раза и в этом году составляет 2 миллиона евро >>>

**ЖАМЕЛЬ ГАМРА**

Министр туризма Туниса



Национальная авиакомпания Туниса — Tunisair, которая сейчас выполняет прямые рейсы только из Москвы, получает разрешение на выполнение полетов из других российских городов. В частности, в этом году может появиться прямое авиасообщение между Тунисом и Ростовом-на-Дону.



«« Антический амфитеатр в Джераше. Этот город, расположенный в 48 км от иорданской столицы, называют ближневосточными Помпеями.

## Иордания: новые впечатления

В этом сезоне перед российскими туристами открываются новые возможности для посещения Иордании. К услугам путешественников — новые авиарейсы, новые турпродукты. О спектре новостей в интервью «ТБ» рассказала представитель Иорданского управления по туризму в РФ **ТАТЬЯНА БУХАРСКАЯ**.

**БЕСЕДОВАЛ**  
СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

### Какие турпродукты пользуются наибольшим спросом у россиян в Иордании?

Российские туристы в своем большинстве предпочитают пляжный отдых, комбинируя его с короткими экскурсиями и всевозможными приятными процедурами. Иордания — идеальное направление для таких поездок. Это страна двух морей — Мертвого и Красного, отдых на побережьях которых пользуется неизменной популярностью. Востребованы экскурсионные маршруты, которые включают посещение древнейших памятников культуры — Петры, Джераша, паломнических мест — реки Иордан, горы Небо, Мадабы, поездки к водопадам Хаммамат Ма'ин, в пустыню Вади-Рам. В этом году Иордания позиционирует себя на рынке под девизом «Jordan as Experience», то есть «Иордания как опыт» или «Иордания как впечатление». Особое внимание уделяется развитию гастрономического туризма. Например, гости могут самостоятельно приготовить национальное блюдо «мансаф» или травяной чай в лагере бедуинов.

### Есть ли новости в сфере авиаперевозки в страну?

Авиакомпания Turkish Airlines запустила три еженедельных рейса между Стамбулом и Акабой, стоимость билетов — от 99 евро. Безусловно, это знаковый момент для туризма Иордании. Впервые одна из крупнейших мировых авиакомпаний предложила пассажирам перелеты в Акабу на регулярной основе. Проект был реализован благодаря совместным усилиям Иорданского управления по туризму, Управления особой экономической зоны Акабы и Агентства международного развития США, консультирующего Иорданию по некоторым экономическим вопросам. Важно, что

стыковки в Стамбуле удобны для российских пассажиров турецкой авиакомпании, а конечная цена билета и комфорт вполне конкурентоспособны по сравнению с уже существующими вариантами перевозки. Возможность лететь в Иорданию через Стамбул должна стимулировать рост турпотока из РФ. Хотя в данной ситуации многое зависит от туроператоров, которые должны предоставить своим клиентам больше информации о возможности посетить сразу две страны в рамках одной поездки.

### Есть ли другие важные новости?

24–26 мая в Иордании в седьмой раз пройдет встреча представителей стран Ближнего Востока и Северной Африки (MENA) в рамках Всемирного Экономического Форума на Мертвом море. В этом масштабном мероприятии примут участие более тысячи человек — представители власти, бизнеса, общественных и научных кругов. Ожидается увеличение авиаперевозки из России в Иорданию, включая прямые рейсы из регионов России. В октябре мы пригласим всех на Иорданский фестиваль в Москве, который будет приурочен к 50-летию со дня установления дипломатических отношений между нашими странами в августе 1963 года. На фестивале будет представлен весь туристический потенциал королевства в таких разделах, как «Вера и религия. Путешествие по библейским местам», «В Иорданию всей семьей», «Красота и здоровье», «Спорт и развлечения». В рамках мероприятия пройдет ярмарка путешествий, которая познакомит посетителей со всевозможными туристическими программами по Иордании.

»» **74** тысячи россиян посетили Иорданию в 2012 году — на 2,2% больше, чем годом ранее. Общий турпоток в страну составил 920 тысяч человек.

# Восточная сказка в стиле «ЛЮКС»

Иордания и Марокко – привлекательные экзотические направления для круглогодичного отдыха. Здесь богатое культурно-историческое наследие, хороший климат, прекрасные отели, которые удовлетворят потребности самых взыскательных туристов. Об этом рассказывает старший менеджер компании «АРТ-ТУР» **ОЛЬГА МЕТЕЛЬКОВА**.

подготовил СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

**М**арокко и Иордания — идеальные направления поездок для туристов, желающих совместить отличный пляжный отдых с насыщенной экскурсионной программой. Достоинства обеих стран с точки зрения россиян — облегченный визовый режим: виза оформляется в аэропорту прибытия.

Перелет из Москвы в Амман длится 4 часа. Регулярные рейсы на этом направлении выполняет авиакомпания Royal Jordanian три раза в неделю.

Перелет до Марокко длится около 6 часов. Прямые регулярные рейсы из Москвы трижды в неделю выполняет перевозчик Royal Air Maroc. С 19 июня частота полетов увеличивается до 4 рейсов в неделю.

Отельная база курортов Мертвого и Красного морей Иордании не особенно велика, потому все гостиницы пользуются спросом. Отели и авиакомпании регулярно проводят различные промоакции, которые подстегивают интерес туристов. Очень популярна программа «Два моря + Петра», которая дает возможность побывать на обоих морях и посетить Петру. Эта программа предлагается на базе размещения в сетевых отелях Kempinski & Moevenpick.

Самый востребованный курорт Марокко — Агадир. Он предлагает размещение в отелях категории от трех до пяти звезд. Здесь хорошо развита инфраструктура. Предлагаем обратить внимание на новый центр отдыха — Mazagan Beach & Golf Resort 5\*, расположенный в 90 км от аэропорта Касабланки. Он предлагает широкий спектр развлечений. К услугам гостей — водные виды спорта (с мая по октябрь), конюшня с арабскими скакунами (можно пройти курс верховой езды, совершать конные прогулки), спа-центр со знаменитыми марокканскими скрабами и хаммамом, детский клуб для трех возрастных групп



(от 3 месяцев до 16 лет) со своими анимационными программами. Курорт имеет 7-километровый песчаный пляж, гольф-клуб, футбольное поле, казино, ночной клуб, огромную зеленую территорию площадью около 250 гектаров. Предлагаются вертолетные прогулки. Эксклюзив нашей компании — специальные цены при раннем бронировании туров (за 21 день до заезда). Яркая новинка этого сезона в Марокко — комбинированные туры Марракеш плюс отдых на океане в комплексе Mazagan Beach & Golf Resort 5\*. Подход к расчету этих туров, как по продолжительности, так и по категориям номеров, исключительно индивидуальный.

Мы не забываем о взаимовыгодном сотрудничестве с агентствами. Наша компания всегда стимулирует своих партнеров: предлагаются бонусные программы, ознакомительные и директорские туры, проводится акция «Золотая лихорадка». Регулярно проводятся обучающие семинары в Москве и регионах.

**ART TOUR**

www.arttour.ru  
Тел.: (495) 980-2121,  
8 800 3333 100  
Jordan@arttour.ru



## ЭКСКЛЮЗИВНО В ФИНЛЯНДИИ

В Финляндии количество коттеджей на лоне природы перевалило за полмиллиона и постоянно растет. Это один из самых востребованных у российских туристов видов отдыха в соседней стране. Не менее популярны поездки за здоровьем в финские спа-центры, где можно не только расслабиться, но и пройти комплекс оздоровительных процедур. С нынешнего года Финляндия начала активное продвижение медицинского туризма, предлагая полноценные лечебные услуги.

**ТЕКСТ**  
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

### ЛЕСНЫЕ ХИЖИНЫ И ДВОРЦЫ

Финские коттеджи — великолепный образец гармонии природы и достижений цивилизации. Как правило, они находятся вне населенных пунктов, в уединенном месте, где-нибудь на берегу лесного озера или реки. В домах есть электрическое отопление, горячая и холодная вода, туалет, душ, сауна, оборудованная кухня, телевизор, стиральная и посудомоечная машины, DVD-плеер, интернет и другие прелести цивилизации. Наиболее высокий уровень комфорта у лесных вилл, но и в самых скромных домиках есть все необходимое для хорошего отдыха. В юго-восточной и южной Финляндии, наиболее часто посещаемой российскими гостями, недельная аренда коттеджа обойдется от 500 до 2 тысяч евро. Цена зависит

от сезона, размера, расположения и уровня комфортабельности дома. Самые высокие цены — летом и на новогодние праздники. В низкий сезон дом можно арендовать на несколько дней, в высокий сезон минимальный срок аренды составляет, как правило, одну неделю. Для любителей больших компаний работают коттеджные поселки, состоящие из десятка домов. На берегу нередко устроена сауна по-черному и «финская бочка» для приема горячей ванны на свежем воздухе. Обычно имеются танцевальная площадка, небольшой магазин, ресторан. При аренде одиночного коттеджа вопросы питания решаются собственными силами на кухне, а продукты покупаются в супермаркете ближайшего населенного пункта. Нередко дом является базой, которую используют для поездок по окрестным городам и поселкам, чтобы

осмотреть достопримечательности и заняться шопингом. Для этих целей можно, конечно, остановиться в городском отеле, но тогда вы лишитесь тишины, покоя, чистого воздуха, вечернего гриля и ежедневной сауны с возможностью нырнуть после парилки прямо в озеро.

## РЫБАЛКА РАЗРЕШАЕТСЯ

Рыбалка — одна из самых популярных и востребованных услуг в стране. В коттедже обязательно имеется комплект снастей, лодка и спасательные жилеты. При ловле рыбы на удочку не требуется специального разрешения. Для рыбалки другими способами необходимо заплатить пошлину и получить лицензию. Размер пошлины составляет 15 евро на год или 5 евро на неделю. Местную лицензию можно оплатить непосредственно у хозяина водной территории или приобрести губернскую лицензию стоимостью 29 евро на год или 7 евро на неделю. Как правило, хлопоты на приобретение лицензии для гостей берет на себя хозяин коттеджа. Серьезным рыбакам предлагают рыбалку на катерах, оснащенных эхолотом, благодаря которому можно точно узнать, где находится рыба. Обычно такой тур рассчитан на 7 человек и стоит около 400 евро за 4 часа. В такой ситуации успех рыбалки почти гарантирован.

## ЩЕДРЫЕ ДАРЫ ПРИРОДЫ

Финские ландшафты миллионы лет назад сформировал ледник, создав живописнейшие горки, которые впоследствии заросли сосновым лесом. Местные леса являются настоящим раем для любителей лесных ягод — летом землю покрывают густые заросли черники, голубики, брусники. Из грибов финны предпочитают только лисички, поэтому остальные — белые, подберезовики, подосиновики — предназначены для туристов из России. Набрать корзину отборных грибов здесь можно, сделав несколько кругов вокруг дома. Собирать дары природы разрешается даже на частных территориях. Запрещается лишь губить природу. Нередко по лесам проложены пешеходные тропы с указателями. Вдоль дорожек имеются места для разведения огня с запасом дров. В наиболее красивых местах установлены скамейки или «лааву» — «избушки отшельника», где можно отдохнуть и даже приготовить на костре обед или ужин. В домике есть все необходимое для жизни — топор, пила, дрова, сковорода, кастрюля. Оборудован удобный очаг для приготовления блюд на гриле. При желании в «лааву» можно даже переночевать.

## ГОРЯЧИЙ ФИНСКИЙ ЭКСТРИМ

Чтобы гости не заскучали в лесной тиши, в списке развлечений есть и такие, которые позволяют получить дозу адреналина. Например, в коттеджном поселке

«Куус-Хуккала» возле города Савонлинна отдыхающим предлагают сафари на российских внедорожниках «Нива». Местный автопарк насчитывает около десятка таких машин. Трасса пролегает по пересеченной местности, для которой характерны крутые подъемы и спуски, камни и кочки. Стоимость — 95 евро с человека. Во время поездки неизменно возникает чувство гордости за отечественный автопром, поскольку на практике выясняется, что «Нива» — это настоящий автомобиль для бездорожья, способный запросто преодолевать канавы, въезжать по крутому борту карьера, скользить с горы по грязи и огромным валунам, пробиваться по лесным зарослям.

Численность участников сафари — от двух до тридцати человек. Общая продолжительность программы составляет три часа, из которых два часа занимает поездка по пересеченной местности, а час уходит на отдых под навесом, где на костре гонщики готовят кофе и колбаски. После завершения основной программы можно забраться в бочку для купания или в сауну по-черному на берегу озера, а потом отведать суп из лосося в традиционном чуме. Участникам автопробега выдают свидетельство, подтверждающее, что водитель принимал участие в сафари и выжил.

## ПРИРОДНЫЕ ФАКТОРЫ

После коттеджей и шопинга следующую позицию в приоритетах российских туристов занимают финские аквапарки и спа-центры. Таких заведений в Финляндии насчитывается около сотни. Наиболее популярные находятся вблизи границы, что позволяет посещать их в рамках однодневных поездок или туров выходного дня. К таковым, например, относится старейший курорт Imatran Kylpylä и совсем новый Holiday Club Saimaa, расположенные в Иматре. В шаговой доступности находится Kylpylä в Лаппеенранте. Из «хитовых» оздоровительных центров можно отметить спа-отель Casino в Савонлинне, усадьбу Naikon Kartano в Порвоо, курорт Peurunka в Ювяскюля. Широкую сеть спа-центров имеет Sokos Hotels — они расположены в Леппявирта, Нурмесе, Оулу, Турку и Вантаа. В центрах предлагают процедуры для лица и тела, рефлексотерапию, лифтинг, всевозможные массажи, обертывание, лечение глиной, контрастный душ и многое другое. К финской специфике можно отнести лечение вытяжкой из торфа, которая разогревается до 50 градусов и наносится тонким слоем на все тело. После этого клиента, конечно, помещают в сауну.

Помимо оздоровительных программ, с нынешнего года финны серьезно занялись продвижением медицинского туризма в рамках проекта Finland Care. Специалисты считают, что к концу текущего десятилетия объем расходов россиян на территории Финляндии увеличится втрое. Россия — первый рынок, на котором финны решили продвигать свои медицинские услуги.



## УДАЧНЫЙ ТРОЛЛИНГ

>>> В Финляндии популярен троллинг — рыбная ловля на дорожку, для чего на катере устанавливают до десятка специальных удилищ. Леска с приманкой от каждого удилища отводится от катера в сторону на определенное расстояние при помощи специального поплавка, прикрепленного канатом к судну. Пять лесок с приманками по левому борту и пять по правому борту образуют своеобразную сеть, которую тащит за собой катер.



## По своим каналам

Говорят, что Бог создал море, а голландцы — берега. Эти берега первым среди наших соотечественников оценил Петр Великий, как оценил трудолюбие голландцев, их мастерство в кораблестроении и мореплавании. Контрасты Амстердама, идиллические сельские пейзажи, мельницы и каналы, живописное побережье Северного моря, уютный Делфт, будто сошедший с полотен Вермеера, строгая Гаага, роскошные поля тюльпанов, сотни видов сыра — Голландия не оставляет равнодушным никого.

ТЕКСТ ЕЛЕНА СМЕРНОВА

**В** прошлом году Нидерланды посетили 155 тысяч россиян — на 5% больше, чем годом ранее. В этом году турпоток должен вырасти еще на 10% — таковы планы объединения «Голландский альянс», в которое входят Нидерландское бюро по туризму и конгрессам, авиакомпания KLM, амстердамский аэропорт Схипхол и Amsterdam Marketing. В поддержку стратегии работает программа продвижения страны на российском рынке.

### ГОД ДВУХ СТРАН

Нынешний год объявлен перекрестным Годом Королевства Нидерландов в РФ и Годом России — в Нидерландах. В рамках проекта пройдет ряд мероприятий, посвященных истории взаимоотношения наших стран, которая началась еще при Петре I. Опыт пребывания Петра I в Голландии сыграл огромную роль при проведении им масштабных реформ в России, амстер-

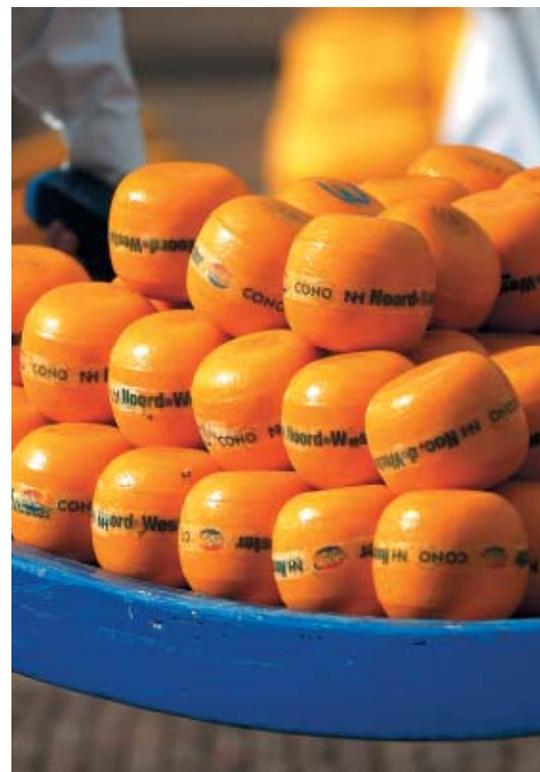
дамский пояс каналов послужил одним из источников вдохновения при планировке Санкт-Петербурга. В «Эрмитаже на Амстеле» — филиале Государственного Эрмитажа в Амстердаме — до 13 сентября работает выставка «Петр Великий, вдохновенный царь». В галерее представлена богатая коллекция золотых украшений, оружия и предметов искусства, которые Петр приобрел в ходе своих поездок в Европу. Российских туристов ждут в местечке Зандам, где находится Домик Петра I. Здесь в 1697 году Петр начал рубить «окно в Европу». Нынешний год юбилейный и для Амстердама. Исполняется ровно 400 лет с того момента, когда началось строительство знаменитого на весь мир пояса каналов, внесенного в список Всемирного культурного наследия человечества ЮНЕСКО.

13 апреля, после десяти лет реконструкции, полностью обновленный Государственный музей (Рейксмузеум) снова открыл двери для публики. Всемирно известные произведения голландского искусства, шедевры

»» **37** млрд  
евро ежегодно приносит туризм в бюджет Нидерландов.

«« Рейксмузеум — хранилище всемирно известных шедевров голландского искусства — посещают все туристы.

Сыр, ветряные мельницы, тюльпаны и клогги — символы страны.



Франца Хальса, Якоба ван Рёйсдала, Вермеера и Рембрандта вернулись в свои исторические интерьеры. После реконструкции откроется и Музей Ван Гога, где пройдут торжества по случаю 40-летия со дня его основания (основное здание музея было построено по проекту Геррита Ритвельда и открыто в 1973 году). 125 лет исполняется концертному залу Консертгебау и Королевскому оркестру Консертгебау. А амстердамскому зоопарку «Артис» исполняется 175 лет.

Немало мероприятий пройдет и в нашей стране. Это, в частности, концерты Королевского оркестра Консертгебау в Москве и Санкт-Петербурге, выступления Роттердамского филармонического оркестра в Северной столице. В конце весны на аллеях Парка Горького раскинется роскошный ковер из тюльпанов, в сентябре здесь же пройдет Культурный фестиваль. В Москве в рамках выставки современной голландской фотографии будут представлены работы Эшера, в Эрмитаже и в ГМИИ им. Пушкина пройдет выставка «Амстердамский групповой портрет Золотого века».

## ГОЛЛАНДИЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ

Ежегодно Нидерланды посещают более 11 млн туристов. Первое место уверенно занимают гости из Германии (31% турпотока). «Россияне пока нечасто выбирают это направление — доля российского рынка составляет чуть более 1%», — отмечает глава представительства «Голландского Альянса» в России Роберт Оболгогиани. По официальной статистике, 44% россиян отправляются в Нидерланды на отдых, 46%

совершают деловые поездки. Львиная доля гостей пользуется услугами турфирм.

Руководитель отдела компании De Visu Мария Троцкая считает, что спрос на туры в Нидерланды в 2012 году был невелик из-за достаточно высоких цен на турпакеты. «Другая проблема — необходимость личного присутствия туриста при подаче документов в консульстве (если у него нет двух шенгенских виз за последние три года). Особенно страдают заявители из регионов РФ, ведь визовых центров по всей стране всего шесть», — отмечает эксперт.

По словам Марии Троцкой, поездки в Нидерланды выбирают опытные туристы, имеющие хороший достаток, а также молодежь — в связи с разнообразной программой проведения парадов, концертов. Особым спросом пользуются туры на Новый год и День Королевы в апреле, глубина продаж на эти даты составляет порядка двух месяцев. Активно бронируются туры выходного дня в Амстердам и весенние туры на Парад цветов и в сады Аппельтерна. К летнему сезону оператор подготовил комбинированные туры Амстердам — Схевенинген с отдыхом на побережье Северного моря. «К сожалению, на голландском направлении не так много возвратных туристов, — говорит старший менеджер компании «Бизнес-центр Планета-тур» Вадим Стахеев. — Наибольшим спросом пользуются комбинированные туры с посещением Бельгии (Брюгге, Брюссель) и Германии (Кёльн). Пиковые даты заездов — Новый год и январские детские каникулы, День Королевы и майские праздники. Индивидуалы часто отправляются в Амстердам на выходные».

»»» Авиакомпания KLM ежедневно выполняет два рейса в Амстердам из Москвы, еще два рейса выполняет «Аэрофлот» в рамках соглашения о код-шеринге. KLM ежедневно летает в Амстердам из Санкт-Петербурга. На воздушных маршрутах работают самолеты Boeing 737, в том числе модификации 737-900 на 180 кресел.

# Фламандский дивертист

Шесть исторических городов, сохранивших уникальную архитектуру и неповторимый дух Средневековья, изысканная гастрономия, широкие возможности для шопинга, красочные фестивали и праздники – все это привлекает туристов во Фландрию. Собеседник «ТБ» – министр туризма Фландрии **ГЕЕРТ БУРЖУА**.



**БЕСЕДОВАЛА**  
СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

**Какова динамика роста туристического потока во Фландрию из России?** За пять лет количество российских туристов, посетивших Фландрию, увеличилось на 50%. Точной статистики за 2012 год пока нет, за 10 месяцев минувшего года во Фландрии побывало около 83 тысяч россиян, что на 17% больше, чем в 2011 году. Мы считаем российский рынок самым динамично растущим после японского. В среднем туристы из России проводят во Фландрии две ночи. Естественно, мы стремимся к тому, чтобы они задерживались у нас на более долгий срок.

**Туристы из каких стран чаще всего приезжают во Фландрию?** Чаще всего во Фландрию приезжают туристы из соседних государств. Лидируют голландцы – в 2012 году мы зафиксировали около миллиона ночевков гостей из этой страны. Фландрию активно посещают жители Франции, Великобритании, Германии и Испании. Россия занимает десятое место по количеству туристских прибытий, но она на втором месте по темпам роста турпотока. Всего за 10 месяцев 2012 года Фландрию посетило около 10 миллионов иностранных путешественников.

**Что привлекает российских туристов во Фландрии?** У нас три основных туристических продукта: исторические города, фламандское побережье и сельские районы. В сельской мест-

ности расположены знаменитые «фламандские поля», где похоронены тысячи солдат, погибших по время Первой мировой войны. В память об этих событиях была воздвигнута арка и открыт интерактивный музей In Flanders Fields Museum в городке Ипр. Фламандские поля посещают жители Европы, США, Канады, Новой Зеландии, Австралии, чтобы почтить память предков. В сельских районах проходит ежегодная однодневная велогонка Tour of Flanders, за которой с нетерпением следят местные жители и туристы. Серьезное внимание мы уделяем продвижению исторических городов Фландрии. Их шесть – Брюссель, Брюгге, Антверпен, Гент, Мехелен и Лёвен. Они представляют большой интерес для россиян. Чаще всего туристы из РФ посещают Брюссель (в 2012 году было зарегистрировано 83 тысячи ночевков), на втором месте – Антверпен (29 тысяч ночевков), на третьем – средневековый Брюгге (22 тысячи ночевков), архитектура которого будто переносит в далекий XIV век. По свидетельству российских туроператоров, популярность Брюгге постоянно растет. Большое преимущество Фландрии заключается в том, что все города расположены очень близко – на расстоянии не более ста километров друг от друга. Гости из России не прочь отведают блюда национальной бельгийской кухни – попробовать необычный сорт местного пива или насладиться фирменным шоколадом. Многие хотят заняться

»» **10** млн  
иностранцев посетили Фландрию за 10 месяцев 2012 года



<<< Старинная набережная Гента — место тусовки молодежи и туристов.



шопингом, поучаствовать в красочном фестивале. Во Фландрии хорошо развит деловой туризм. 44% гостей приезжают к нам с бизнес-целями. В первую очередь это касается Брюсселя, там находится штаб-квартира Евросоюза, а также множество других международных организаций и бизнес-центров.

Мы эффективно сотрудничаем с частными компаниями, которые занимаются обслуживанием туристов. Они являются представителями Фландрии и всегда гостеприимны к иностранным путешественникам. Ведь первое впечатление, сложившееся у туриста, подчас бывает определяющим.

#### Какие события 2013 года представляют наибольший интерес для туристов?

В мае состоится ежегодное Шествие Святой Крови в честь праздника Вознесения Господня. Красочное костюмированное действо посвящено капле крови Христовой — главной реликвии церкви Святой Крови на площади Бург. В сентябре откроется выставка Ехро МоМи в Музее моды, посвященная 50-летию антверпенской Академии моды. На выставке будут представлены лучшие работы известных дизайнеров. Нельзя не упомянуть и о знаменитом ковре из бегоний, которым покрывается главная площадь Брюсселя Гранд Пляс. Это случается раз в два года. С такой же периодичностью в Генте проходит Фестиваль света, который в 2012 году посетили более 200 тысяч человек.

Во Фландрии проходит много музыкальных фестивалей классической и поп-музыки, которые очень популярны у молодежи. Мы даже шутим: если свети двух голландцев, то они начнут спорить, а если двух фламандцев — они организуют концерт.

#### Каковы ваши планы по продвижению Фландрии на российском рынке?

Туристические возможности Фландрии мы продвигаем с помощью средств массовой информации, организуем пресс-туры для журналистов, используем интернет-рекламу. Уже год компания TMI Consultancy является официальным представительством офиса по туризму Фландрии в России. Сейчас основной акцент мы делаем на Москве и Санкт-Петербурге, но это только начало пути. Наша маркетинговая стратегия рассчитана на долгосрочный период. Мы стараемся выстроить эффективные отношения с российскими туристическими организациями, для этого, в частности, провели goad show, в котором приняли участие 14 фламандских компаний.

Мы очень хотим, чтобы российские туроператоры предоставляли туристам исчерпывающую информацию о нашем регионе и могли уговорить клиента остаться во Фландрии на 4–5 дней. Кстати, если раньше российские туристы комбинировали посещение Фландрии с Голландией, то сейчас они все чаще целенаправленно едут во Фландрию, что не может нас не радовать.

>>> Россияне тратят во Фландрии больше, чем гости из любой другой страны мира, — около 158 евро в день, уступая по этому показателю только французам. По объему покупок в магазинах Tax Free россияне также лидируют, соревнуясь с китайцами за звание «самой расточительной нации».



# Турция остается лидером

Турция сохраняет лидирующие позиции в рейтинге направлений зарубежного отдыха россиян. В наступившем весенне-летнем сезоне операторы прогнозируют увеличение турпотока в страну как минимум на 10–15%.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

## ХОРОШИЙ СТАРТ

«Каждый год Турция удивляет не только туристов, но и нас — профессионалов: совершенствованием инфраструктуры, строительством новых отелей, интересными сервисными и экскурсионными предложениями, — говорит директор по маркетингу и PR компании «Анекс Тур» Наталья Акимцова. — Этой весной объемы раннего бронирования превысили прошлогодние на 50%. До конца мая наши блоки будут почти полностью закрыты. Уже проданы многие даты на летние и даже осенние месяцы. При этом потребитель становится максимально расчетлив, его все больше интересует соотношение цены и качества услуг. Стараясь сэкономить на поездке, российские туристы уже не готовы жертвовать уровнем сервиса».

По словам руководителя отдела по связям с общественностью компании Coral Travel Марины Макаровой, сейчас направление достаточно стабильно и рентабельно: «Надеемся, что появление новых игроков с демпинговыми ценами не изменит расклад сил на рынке. По крайней мере, результаты раннего бронирования в нашей компании по сравнению с прошлым годом выросли более чем на 50%».

Довольны стартом продаж и в НТК «Интурист». В конце декабря оператор с успехом запустил акцию «Раннее

бронирование». В первый же месяц появились заказы на август 2013 года. «Радует, что туристы начинают привыкать к подобным акциям и заранее планировать свой отдых. Поэтому могу с уверенностью сказать, что не стоит ждать обилия «горящих» предложений: самые лучшие места к началу лета уже будут разобраны», — говорит коммерческий директор компании Исмаил Болюкбашы.

## НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

В этом году цены на отдых в Турции практически не изменились. По оценке Марины Макаровой, рост составил не более 5–8%. Он произошел, прежде всего, из-за увеличения цен в отелях. Однако это не только инфляционный рост, но и надежды отельеров на то, что сезон будет не менее успешным, чем прошлогодний. В этом году операторы отмечают развитие сегмента деловых поездок в Турцию. Так, в МІСЕ-департамент компании «Анекс Тур» активно поступают заявки на организацию бизнес- и корпоративных путешествий. Побережье Анталы становится популярным местом для организации торжественных мероприятий: свадеб и юбилеев. Повышенным спросом пользуются поездки из Турции в Израиль, тем более что для этого требуется только загранпаспорт.

»»» Для удобства туристов в этом сезоне компания Coral Travel взяла блоки мест на «Турецких авиалиниях» в Стамбул с вылетами из Москвы три раза в неделю.



«» Один из лучших отелей в районе Антальи – Rixos Lares.

«» Айя-София – главная достопримечательность Стамбула.

## ТУРЦИЯ



Семьи с детьми все охотнее выбирают яхт-туры с анимацией, рассчитанной на маленького клиента: пираты, поиски сокровищ, детская дискотека, конкурсы. Обеды и напитки уже включены в стоимость.

### ЛИДЕРЫ СПРОСА

Традиционные лидеры продаж на турецком направлении — курорты Кемер, Белек, Сиде, Аланья и Анталья. Заметно увеличился спрос на отели класса deluxe в Белеке. Курорты Эгейского побережья — Бодрум, Мармарис, Фетхие и Кушадасы — также становятся все популярней. «Многие туристы, отдохнувшие в Анталье, хотят побывать в этом, менее знакомом регионе Турции. Проанализировав ситуацию на рынке, мы запланировали увеличение потока на Эгейское побережье на 20%», — говорит Марина Макаркова.

По оценке специалистов НТК «Интурист», Мармарис, давно полюбившийся европейцам, сегодня стал настоящим конкурентом курортам южной Турции. «Российские туристы только недавно осознали все преимущества отдыха на этом курорте. В этом году в наших планах продлить программы по Мармарису до конца октября, так как в это время устанавливается самая лучшая погода на курорте. Его особенность — компактное расположение всей инфраструктуры. Город находится в закрытой бухте, волнений на море практически не бывает. Поэтому побережье идеально подходит для детей и плохо плавающих взрослых», — рассказывает Исмаил Болюкбашы.

В турфирме «Нева» отмечают отличный потенциал курортов Измир и Чешме. По мнению Натальи Акимцовой, со временем свой потенциал раскроет и Аланья. В основном здесь сосредоточены недорогие отели.

Аланью выбирают туристы, предпочитающие пляжный отдых по доступным ценам, что связано с удаленностью от аэропорта и продолжительным трансфером. Среди экскурсионных программ популярностью пользуются туры Демре — Мира — Кекова (скальные гробницы, амфитеатр времен Ликии, церковь Святого Николая Угодника, путешествие на яхте) и поездки на юго-запад Турции к геотермальным источникам Памуккале.

### ВОЗМОЖНЫЕ ТРУДНОСТИ

К проблемам сезона ведущие операторы относят, прежде всего, возможный дефицит предложения. «При растущем спросе мы можем поставить в полетную программу дополнительные борты, но не сможем абсолютно всех обеспечить, например, популярными номерами с видом на море. Новые отели строятся, но не так быстро, как растут потребности наших клиентов», — говорит Наталья Акимцова.

Турфирмы сами инвестируют средства в строительство гостиничных комплексов. В частности, «Анекс Тур» создал бренд Life, взяв под управление ряд отелей побережья, в мае состоится открытие нового собственного отеля Zen The Inn Resort Hotel 5\*.

Избытка авиаперевозки на сегодняшний день на турецком направлении нет. Раннее бронирование позволяет операторам делать точные прогнозы. «У нас собственный авиапарк, что делает «Анекс Тур» гибким в выстраивании полетных программ. Если в тот или иной период падает спрос на одно из направлений, мы сокращаем полетные программы и используем борты на более выигрышных маршрутах», — отмечает Наталья Акимцова.

### ПРОГНОЗ БЛАГОПРИЯТНЫЙ

«» В этом году компания Coral Travel запланировала 15%-ный рост объемов продаж. Показатели в среднем по рынку, по оценкам оператора, составят 7–10%. В компании «Анекс Тур» на сегодняшний день показатель раннего бронирования по всем направлениям составил 45% от общего объема продаж за 2012 год. Это позволяет говорить о том, что в этом году оператор отправит отдыхать за границу более миллиона россиян. Более половины из них побывают именно в Турции.



# Белые ночи — вид с палубы

Круизы по Северной Европе пользуются хорошим спросом у российских туристов. Сюда едут те, кому противопоказана жара, люди, которым нужна насыщенная экскурсионная программа и красивые пейзажи. Судоходство в Северной Европе круглогодичное, хотя с середины сентября до начала марта в регионе господствуют паромные линии. Круизные компании в зимний период — редкие гости в Северной Европе. Летом ситуация кардинально меняется.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

«Раньше круизное сообщение в зимние месяцы было только с Саутгемптоном, откуда стартовали круизы британских компаний P&O Cruises и Cunard Line. Сейчас в Северную Европу зимой заходят и другие компании. В частности, с прошлого года Holland America Line предлагает серию круизов из Роттердама. Хотя фактически это путешествия к теплым морям, которые просто начинаются в портах Северной Европы», — говорит директор по маркетингу и PR компании «Виа Марис» Елена Карманова. Представители круизной индустрии в основном рассматривают Северную Европу как летний регион плавания. По популярности у путешественников в последние годы в летнем сезоне Северная Европа почти догнала Средиземноморье.

## СЕВЕРНЫЕ ПУТИ

С географической точки зрения круизы по Северной Европе охватывают все побережье Старого Света от Португалии до Финляндии и России. В рамках программ путешественники могут увидеть норвежские фьорды, столицы Прибалтики, Британские острова, многие города Западной Европы. Особой популярностью пользуются нерегулярные продолжительные круизы с посещением Шпицбергена, Исландии. Самые частые порты посадки и высадки пассажиров в регионе — Копенгаген, Амстердам (или Роттердам), Саутгемптон, Дувр, а также Санкт-Петербург. Так, уже много лет хорошим спросом пользуется маршрут «Норвежские фьорды из Санкт-Петербурга». Традиционно популярны круизы вокруг Великобритании.

Богатый выбор круизов по Северной и Западной Европе предлагают европейские компании Costa Cruises и MSC Cruises, американские Princess Cruises и Holland America Line. Широкая сетка маршрутов по Северной Европе есть у Cunard Line, ее базовый порт — Саутгемптон. По региону также ходят суда круизных компаний класса «люкс» и парусники.

## ЕДУТ ЗА ТУМАНОМ

В Северную Европу отправляются любители красивых пейзажей и туристы, предпочитающие познавательный отдых. Им не столь важно, что иногда там может быть прохладно и не удастся поплавать в открытом бассейне. По мнению руководителя департамента круизов компании Ras Group Михаила Фельдмана, секрет популярности региона — гармоничное сочетание уникальной природы и красоты старинных городов. Круиз считается лучшим форматом путешествий в этих местах.

Например, норвежское побережье, изрезанное фьордами, можно полноценно изучить только с воды, дополняя впечатления от поездки видами с высокогорных смотровых площадок во время экскурсий. Дания, Германия, Швеция, Норвегия, Эстония, Великобритания — все эти страны представляют несомненный интерес для туристов. Богатейшая история, от викингов до Ганзейского союза, отразилась в архитектуре северных столиц. Суровый климат и неласковое море внесли свой вклад в колорит этих мест: многие города изрезаны каналами, разбросаны по островам, вскарабкались на скалы, так что масса впечатлений путешественникам гарантирована.

Разнообразие кулинарных пристрастий северных народов позволит гурманам насладиться уникальными блюдами из морепродуктов и дичи. К услугам любителей шопинга — многочисленные моллы и бутики. Все без исключения туристы получат огромное наслаждение от прогулок по местам, с детства знакомым по сказкам Астрид Линдгрен и Ганса Христиана Андерсена, романам Артура Конана Дойла. Дети оценят возможность посетить лондонский вокзал Кингс-Кросс и Глостерский собор, ставший Хогвартсом на время съемок фильмов про Гарри Поттера.

Нельзя не упомянуть и белые ночи — явление, которым можно насладиться только в умеренных и высоких широтах.

## КРУИЗНОЕ ЛЕТО

Одним из бестселлеров наступающего лета в компании «Бриз Лайн» называют маршрут «Британские острова и Париж» на лайнере Caribbean Princess. Эти круизы будут выполняться 11 и 23 июля, 4 и 16 августа. Их продолжительность — 13 дней. Во всех заездах собраны «русские» группы и предлагаются экскурсии на рус-

ском языке в портах захода. Маршрут лайнера начинается в Лондоне, откуда судно идет к острову Гернси, потом — в Корк, Дублин, Глазго, Белфаст, Керкуолл, Эдинбург и Париж (порт Гавр). Еще один хит оператора — круиз «Столицы Северной Европы» на лайнере Emerald Princess. Маршрут судна охватывает Копенгаген, Осло, Орхус, Берлин, Таллин, Санкт-Петербург, Хельсинки, Стокгольм и заканчивается в Копенгагене.

Традиционный бестселлер — круиз «Исландия и норвежские фьорды», который стартует в Лондоне 1 июля на лайнере Ocean Princess. Туристы увидят Леруик, Фарерские острова, Акюрейри, Исафьордюр, Грундарфьордур, Рейкьявик, Шолден, Берген.

Хит компании Ras Group, который ежегодно собирает более двух с половиной тысяч российских туристов, — двухнедельный круиз «Музыка фьордов и города Балтики» из Санкт-Петербурга. Серия круизов стартует 2 мая и продолжается еженедельно в течение всего летнего сезона — до 5 сентября. На линии работают лайнеры MSC Musica и MSC Poesia. Другой популярный маршрут оператора — «Европейская коллекция» на MSC Magnifica (10 дней). Туристы увидят Лондон, Амстердам, Брюссель, Гавр, Эдинбург, Гамбург, Ньюкасл. Туры начинаются 22 апреля, 1 мая, 23 августа, 1 сентября.

Настоящий подарок для взрослых, путешествующих с детьми, — круиз «Путешествие в стиле Лего» на лайнере MSC Poesia (30 мая, 29 июня), где в каждом порту экскурсии разработаны специально для детей, а путешествие предваряется посещением волшебной страны «Леголенд» в датском городке Биллунн. Оператор предлагает целый спектр программ вокруг Европы в мае и сентябре. Наиболее популярны круизы из Санкт-Петербурга в Венецию и Геную, а также из Санкт-Петербурга в Одессу. На последний заявки принимаются уже только на 2014 год.

Круиз «Норвежские фьорды» компании «Виа Марис» выполняется на лайнере Eurodam и длится 8 дней. Путешествие стартует в Амстердаме, откуда судно идет в Берген, Флом, Эйдфьорд, Ставангер и возвращается в столицу Нидерландов. Этот круиз стартует 1 и 8 августа. Для любителей фьордов компания предлагает 15-дневный круиз «Норвежские фьорды и Нордкап» на лайнере Rotterdam. Путешественники увидят Флом, Гейрангер, Олесунн, Тромсё, Хонингсвог, Ондалснес, Берген и Ставангер. Кульминацией путешествия станет посещение Нордкапа — самой северной точки материковой Европы. Вояж начинается и заканчивается в Роттердаме. Начало путешествия — 3 августа.

Круиз «Норвежские фьорды и Балтика из Санкт-Петербурга» на лайнере Costa Fortuna продолжается 15 дней. Маршрут судна охватывает такие города и порты, как Варнемюнде, Копенгаген, Гейрангер, Хеллесольт, Берген, Ставангер, Осло, Стокгольм, Таллин и заканчивается в Санкт-Петербурге. Круиз стартует 6 и 20 июня, 4 и 18 июля, 1 и 15 августа.



« На российском рынке круизы по Северной Европе уверенно занимают вторую строчку рейтинга в предпочтениях туристов, наравне с маршрутами по Азии. Чаще всего в эти круизы отправляются повторные клиенты. Это «интеллектуальные» маршруты для опытных круизеров. На первое место в них выходит познавательный фактор »

**ИЛЬЯ  
МИЛИТИЦКИЙ**

Заместитель генерального директора  
компании «Бриз Лайн»

# Тайны дворцовой кухни

На углу Невского проспекта и Набережной реки Мойки в Санкт-Петербурге находится примечательный дом, принадлежавший когда-то сенатору и генерал-полицмейстеру Николаю Ивановичу Чичерину. Каменный дворец был возведен на фундаменте сгоревшего деревянного Зимнего дворца. В XIX веке здесь жили Грибоедов и Кюхельбекер, на литературных вечерах выступал Достоевский. Пребывание в доме оставило отпечаток в творчестве Пушкина – в романе «Евгений Онегин» автор направляет своего героя на встречу с Кавериним в ресторан Talon, располагавшийся в этом доме. В 1858 году банкир и меценат С.П. Елисеев стал хозяином здания и превратил его в настоящую достопримечательность Северной Пальмиры. Елисеев был коллекционером, поэтому интерьеры украсили мировыми художественными шедеврами. В убранстве дворца представлено все разнообразие архитектурных стилей – от пышного барокко, рококо, французского ампира и ренессанса до эклектики и модерна.



Все это великолепие было восстановлено, когда в 1997 году в здании на Набережной Мойки в разместился «Талион Клуб», а с 2003 года – «Талион Империял Отель». Гостиница располагает не только помещениями с поистине царскими интерьерами и убранством, но и великолепным рестораном. О секретах мастерства и скрытой от посетителей и постояльцев жизни «дворцовой кухни» поведал шеф-повар «Талион Империял Отеля» **АЛЕКСАНДР ДРЕГОЛЬСКИЙ**.

БЕСЕДОВАЛ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

**Александр, как вы попали в ресторанный бизнес?** Окончив Ленинградское речное училище по специальности «корабельный кок», я в течение года работал поваром на корабле. Это был, несомненно, полезный опыт – я был единственным поваром, приходилось осваивать все самостоятельно. Одному накормить команду из 14 человек – большая ответственность. Затем я работал на первом в Петербурге плавучем отеле «Олимпия», после этого – в ресторанах «Гранд Отель Европа», где начинал работать рядовым поваром и в конце концов стал менеджером ресторана «Европа». Потом была работа в ресторане с мировой известностью «Флора» и, наконец, я попал в «Талион», чему очень рад.

### Сложен путь от судового кока до шефа известного ресторана?

Я уверен, что нужно начинать с самых нижних ступеней. По иронии судьбы в «Олимпии» я работал в овощном цехе, который находился в самом низу, в трюме, и постепенно ступенька за ступенькой поднимался вверх. Но я не считаю, что нужно останавливаться, если ты многого добился, всегда нужно стремиться к саморазвитию, к самосовершенствованию. А что касается сложностей то, конечно, с самого начала пути они были — не всегда все получалось с первого раза, на что-то требовалось больше времени, чем хотелось бы. Опять же, нужно всегда стремиться вперед, работать над собой и добиваться поставленных целей.

### С какой профессией можно сравнить работу повара?

Пожалуй, с работой художника, который отдельными мазками, штрихами создает целостную картину. Только повару сложнее тем, что он не может, как художник отложить работу на другой день, пока вдохновенье не придет вновь. Необходимо закончить произведение.

В работе повара огромную роль играет творчество, оно сопровождает весь процесс: приготовление, оформление, подачу блюда. Стараюсь чаще экспериментировать, находить что-то новое, при этом не забывая о традициях, о классических рецептах. Ведь даже самый обычный салат «оливье» может быть очень вкусным.

Безусловно, для моей работы необходимы призвание и навык. Творческие способности даются от рождения, а навык приобретается со временем. Но одного навыка все-таки недостаточно. В высокой кухне важен творческий процесс.

**Какую кухню вы предпочитаете?** Я не делю кухню на итальянскую, французскую, азиатскую и какие-либо еще. Мне нравится комбинировать разные направления. Часто получается что-то необычное и интересное. Это не всегда включено в основное меню, но бывает, например, на бранчах или в специальных предложениях на месяц.

### Специалисты говорят об авторской кухне от Дрегольского. В чем ее секреты?

Любая кухня, где присутствует творчество, — это авторская кухня. Если работать с вдохновением, ты, по определению, не можешь создать что-то, что уже было, и даже вряд ли повторишь то, что вчера приготовил сам. Что касается моей авторской кухни, то она определяется стремлением комбинировать разные блюда, стили, направления. Я больше всего люблю готовить первые блюда, блюда из рыбы.



### Какие блюда из меню ресторанов «Талион» и «Виктория» вы бы рекомендовали попробовать людям неискушенным, а какие — гурманам?

«Крабовый Наполеон» или испанский рыбный суп я бы посоветовал и тем, и другим. Ведь здесь дело не в том, гурман вы или нет. Если блюдо приготовлено вкусно, оно обязательно вам понравится. Если приходит гость и просит, чтобы ему приготовили что-то классическое, например, борщ, то мы предложим ему множество различных вариантов — с карасями, с черносливом, с уткой, с грибами. Думаю, даже неискушенный гость не устоит и попробует какой-либо новый для него вид борща. Каждое блюдо имеет свою особенность. «Крабовый Наполеон» сделан по принципу известного десерта, только в нем вместо крема — крабовое мясо. А испанский рыбный суп отличается своей насыщенностью, он очень ароматный.

### Как отбираются продукты для приготовления блюд?

Продукты отбираем очень тщательно. Качество продуктов, кстати, не менее важно, чем умение хорошо готовить. Стараемся, чтобы у нас всегда было как можно больше разных продуктов, обычно это более 200 наименований.

### Какие экзотические продукты вы используете в своей работе?

Сложно сказать, что сейчас является экзотикой. Манго, авокадо, суси, креветки — все это уже стало для всех обычным. Поэтому, я думаю, более важно то, как эти продукты приготовлены. Можно сделать что-то очень необычное из самых стандартных продуктов.

**У вас есть ученики?** Нам важно, чтобы люди, которые к нам приходят работать, прежде всего, были увлечены своим делом. Далее — это взаимопонимание,

### ПО-КОРОЛЕВСКИ

>>> Обед для королевы Дании Маргретте II был дан в парадном зале «Империал», известном своими роскошными интерьерами. Меню было не менее грандиозным. Шеф-повар ресторана Александр Дрегольский кормил королеву ленским осетром, приготовленным в шампанском, и рагу из лисичек. Другие шедевры — морские гребешки, обжаренные в кунжуте, с салатом из морских водорослей и соусом из имбиря, лайма и чеснока, тартар из тунца со свежей клубникой, авокадо и рукколой.

## ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Александр Дрегольский

## МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Ленинград

## ОБРАЗОВАНИЕ

Ленинградское речное училище (сейчас – Колледж инновационных технологий специалистов флота)

## ДОЛЖНОСТЬ

Шеф-повар «Талион Империял Отеля»

## ХОББИ

Чтение книг, путешествия

умение правильно оценивать обстановку, вовремя реагировать на сложившиеся обстоятельства. Многие люди, с которыми я работал, добились успеха, но я не считаю это своей заслугой. Думаю, дело в их характере и способностях. Поэтому называть их учениками я бы не стал. Часто и я у них чему-то учился. Это всегда был взаимный обмен знаниями и идеями.

**Готовите ли вы дома?** Если честно, дома готовлю редко. Для маленького сыночка иногда делаю борщ или фруктовый салатик — ест с удовольствием. И, конечно, дома — совсем другая еда. Фуа-гра я дома не готовлю, только если по праздникам.

**Как вы предпочитаете отдыхать? Как часто вы ставите оценку «отлично» другим поварам?** Когда я оказываюсь в других ресторанах, я не очень строго оцениваю приготовленные блюда, я ведь туда прихожу отдыхать. Но если мне что-то понравится особенно, я обязательно об этом скажу. Отдыхаю по-разному: люблю и активный отдых, и спокойный. Люблю путешествовать, но иногда приятно посидеть дома и почитать книгу.

**Расскажите запомнившийся случай, связанный с именитыми гостями отеля.** У нас оставалась президент Финляндии Саули Нийнистё и сопровождавшие ее официальные лица. Мы решили угостить гостей одним из фирменных блюд — корюшкой. Президенту так понравилось это блюдо, что она ела с увлечением и довольно долго. Ее коллеги уже завершили обед, но по протоколу должны были терпеливо ждать. Когда Саули Нийнистё доела и, окинув взглядом участников обеда, поняла, что все ее ждут, то засмеялась и сказала по-русски с финским акцентом: «Очень вкусно!».

**Есть ли у вас настольная книга?** Я регулярно читаю журнал «Ресторанные ведомости». Вообще информацию о тенденциях в кулинарии, каких-то интересных рецептах черпаю отовсюду — из тематических телевизионных передач, интернета, общения с коллегами, путешествий.

**Турбизнес**  
Travel Trade Russia

Продолжается подписка на 2013 год



### Стоимость подписки

12 номеров — 12 выпусков, включая НДС 18% - 3115,20 руб.  
Май — Декабрь

### 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.

Подписной купон

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

### Альтернативные агентства подписки

- ГАЛ тел. (495) 981-03-24, www.artos-gal.mpi.ru
- Интер-Почта-2003 тел. (495) 500-00-60, www.interpochta.ru
- Урал-Пресс тел. (495) 789-86-36/37/38, www.ural-press.ru
- через Сбербанк (не забудьте прислать нам по факсу копию платежного извещения с указанием ваших почтовых координат). l.tarasyuk@tourbus.ru

### Наши реквизиты

ООО ИД «Турбизнес»  
 ИНН 7743553760  
 КПП 774301001  
 ОАО МКБ «Замоскворецкий»  
 г. Москва  
 БИК 044583636  
 р/с 40702810600000003981  
 к/с 30101810400000000636

Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

# **RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD**

## **2013**

17 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

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

**Номинарование**  
до 31 мая 2013 года

**Церемония награждения**  
2 октября 2013 г.

**Дополнительная информация:**

Юлия Татаренко

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



УЧРЕДИТЕЛИ ПРОЕКТА:



ОРГАНИЗАТОР:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ  
ЗАРУБЕЖНЫЙ ПАРТНЕР:



# MaTIW

meet your business

Московская Международная  
осенняя неделя профессионалов турбизнеса

**17–20 сентября 2013**

МВЦ «Крокус Экспо», Москва

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



## ОТДЫХ Leisure



19-я Международная  
туристская выставка

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

0+



## MIBEXPO Russia

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

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

16+



## LUXURY Leisure

8-я Международная выставка  
эксклюзивного туризма

9-я Международная конференция  
Medical Tourism, Spa & Health

[www.luxury-moscow.ru](http://www.luxury-moscow.ru)

0+

Организатор:

МОСКВА РОССИЯ  
ЕВРОЭКСПО



VIENNA AUSTRIA  
EUROEXPO  
Exhibitors and Congress Development GmbH



При поддержке:



Федерального  
агентства  
по туризму



Ассоциация  
туроператоров  
России



Российского  
союза  
Туриндустрии