

# Турбизнес

Travel Trade Russia

12+



## ЭЛЕКТРОННАЯ ПУТЕВКА

ЧТО ОТ НЕЕ ЖДАТЬ  
ТУРБИЗНЕСУ

## ПУТЕШЕСТВИЕ ЗА ЗДОРОВЬЕМ

НОВЫЙ ТРЕНД НА  
ТУРИСТИЧЕСКОМ  
РЫНКЕ

## ПЛАВАНИЕ ПРОДОЛЖАЕТСЯ

КРУИЗНЫЕ КОМПАНИИ  
НАСТУПАЮТ  
И ВЫИГРЫВАЮТ

12 апреля 2018 г.

«Кортъярд Марриот Москва Центр»,  
г. Москва, Вознесенский переулок, 7



**УЧАСТНИКИ WORKSHOP  
«ПУТЕШЕСТВИЕ ЗА ЗДОРОВЬЕМ»**

- Российские и зарубежные туроператоры, специализирующиеся на лечебно-оздоровительном, медицинском туризме
- Санатории, SPA и Wellness курорты, отели
- Оздоровительные центры, клиники
- Национальные офисы по туризму
- Системы бронирования санаториев, пансионатов, отелей

**ПРОГРАММА  
«ПУТЕШЕСТВИЯ ЗА ЗДОРОВЬЕМ»**

- Workshop для специалистов
- Презентации туроператоров по лечебно-оздоровительному туризму
- Презентации российских и зарубежных санаториев, клиник
- Панельная дискуссия «Российские курорты vs Зарубежные курорты»
- Лотерея для посетителей

ОРГАНИЗАТОР:   
ТУРБИЗНЕС

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



ФЕДЕРАЛЬНОГО  
АГЕНТСТВА  
ПО ТУРИЗМУ

ПАРТНЕР:



ПРОЕКТЫ ТБ-EVENTS  
ИЗДАТЕЛЬСКОГО  
ДОМА «ТУРБИЗНЕС»

  
ТУРБИЗНЕС

**RUSSIAN  
BUSINESS TRAVEL &  
MICE  
AWARD**



*Снежный  
КАЛЕЙДОСКОП*  
Настоящая зима – там, где снег!

  
ТУРБИЗНЕС

**Дополнительная информация:**

**Ирина Ильина**  
[i.ilina@tourbus.ru](mailto:i.ilina@tourbus.ru)  
**(495) 723-72-72**

Выпускающий редактор Лариса Мартынова

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян  
Георгий Осипов  
Владимир Сергачев

Редакция журнала «Турбизнес»

Адрес редакции: Суворовская пл., д. 2, стр. 3  
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32  
Тел./факс: (495) 723-72-72  
Интернет: www.tourbus.ru

Отпечатано в России  
Тираж 10 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации 017214 от 20.02.1998.

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях.

При использовании материалов ссылка на журнал «Турбизнес» обязательна.

Учредитель: ООО «Турбизнес»  
Издатель: ИД «Турбизнес»  
www.idtourbus.ru

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

Исполнительный директор Ольга Мальцева  
o.maltseva@tourbus.ru

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

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

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

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

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

Сайт [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)  
Михаил Шугаев  
m.shugaev@tourbus.ru

Спецпроекты ИД «Турбизнес»  
Лариса Мартынова

**BUSINESS TRAVEL**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Главный редактор Александра Загер  
a.zager@tourbus.ru

**Destinations**  
ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов  
a.popov@tourbus.ru

**Пять звезд**  
осуществляет бизнес с

Главный редактор Элеонора Арефьева  
e.arefyeva@tourbus.ru

**Турбизнес**  
на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова  
tourbus@westcall.net

© ООО «Турбизнес»

## В НОМЕРЕ

### СОБЫТИЯ

- 8** Воссияют все  
**9** Amadeus в России: новый гендиректор, новые цели

### РЫНКИ

- 10** Путь в Каир открыт  
**12** Лето обещает новые рекорды  
**14** Эмираты? Конечно, Шарджа!

### АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

- 16** «Электронная путевка»: pro et contra

### ТЕМА НОМЕРА

- 18** НЕ КУПИШЬ ЗА ДЕНЬГИ?  
**24** Марина Розанова:  
«В санатории учат правильно относиться к своему здоровью»

### ТУРОПЕРАТОРЫ

- 26** «На флагмане без всякой визы по Волге я плыву в круизе...»  
**36** HotelStar – новая звезда в созвездии «Випсервис»  
**38** Будущее за нестандартными решениями  
**40** «Идти вперед, никогда не останавливаясь»

### ТРАНСПОРТ

- 30** Пристегнулись? Взлетели!

### ГОСТИНИЦЫ

- 32** Большой футбол.  
Время забивать номера

- 9** Рецепт из первых рук  
**42** «Фестиваль круизов» снова всех позвал на борт

- 47** Барев дзес, Армения!  
**54** Мальта. Страницы военной истории  
**56** Любовь с первого взгляда



### СТРАХОВАНИЕ

- 44** Игра на результат  
**46** Путешествовать безопасно с лидером рынка

### VIP-КЛИЕНТ

- 59** «Я влюблен в жизнь!»

С.47





# Нам 20 лет!

**К**ак стремительно летит время... Кажется, только вчера увидел свет первый номер нового, пахнущего финской типографской краской, журнала «Турбизнес». Журнала аналитического, острого, непохожего на другие туристические издания того времени.

За прошедшие годы наш рынок прошел гигантский путь — менялись правила игры на нем, взлетали и шумно покидали его крупные туроператоры и авиакомпании, на его карте открывались новые направления и страны. Довелось ему пережить и эйфорию безудержного роста, и напор кризисов, и грусть ошибок.

На протяжении двух десятилетий история российского туристического бизнеса записывалась на наших страницах. Всё это время мы — журнал «Турбизнес» — были с вами. Мы верны своему кредо — помогать, информировать, анализировать, обучать, объединять. Будь то наши бумажные издания, порталы, электронные новостные рассылки, онлайн-академии или организуемые нами мероприятия.

Мы остаемся с вами — и сегодня, и завтра. До скорой встречи на вашем столе, в вашем компьютере, планшете, смартфоне или на workshop в вашем городе!

**ИВАН КАЛАШНИКОВ**

СОСНОВАТЕЛЬ И ГЕНДИРЕКТОР  
МЕДИАХОЛДИНГА  
«ТУРБИЗНЕС»

1998

ГОД  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
КРИЗИСА

Кризис поставил под угрозу существование многих крупных компаний и способствовал уходу с рынка порядка 30–40% турфирм. Год ознаменовался работой над новым положением о лицензировании, касающемся внутреннего туризма, турагентской и туроператорской деятельности, страхования ответственности туроператоров. ТБ писал обо всех этапах обсуждения проекта.

В августе был создан Ростуризм, в октябре — Комитет по туризму Правительства Москвы, в задачи которого вошла координация деятельности городских операторских и агентских компаний. В декабре Госдума одобрила введение на региональном уровне налога с продаж, который распространялся на реализацию туристических путевок.



1999

ГОД ОТКРЫТИЙ И  
ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ  
ИНИЦИАТИВ

В январе по всему миру открылось 20 офисов Ростуризма. Весной в России была создана ассоциация ANTOR, Госдума приняла закон «О внесении изменений в Закон РФ «О налоге на добавленную стоимость», согласно которому зарубежные путевки должны облагаться НДС в размере 15%, а для внутреннего и въездного туризма НДС должен составлять 10%. Впервые были проведены региональные workshop «Турбизнеса» в Ростове-на-Дону и Краснодаре.

Государственный комитет РФ по физической культуре и туризму преобразован в Российское агентство по физической культуре и туризму, а затем в Министерство РФ по физической культуре, спорту и туризму.



2000

## ГОД ТЕХНОЛОГИЙ

В российский турбизнес пришли интернет-технологии и сильно его изменили. E-commerce занял достойное место на страницах журнала «Турбизнес». Автоматизация деятельности агентств, софт для управления гостиницами, интернет-системы бронирования, организация работы call-центра, способы продвижения в сети, а также продажа там авиабилетов и страховых полисов — эти темы обсуждались весь год.

Не менее важной оказалась и проблема управления бизнесом в целом — от создания бизнес-плана до маркетинга и способов взаиморасчетов в туризме. В 2000 году был анонсирован первый выпуск журналов «Турбизнес на Северо-Западе» и Business Travel.



2001

## ГОД БРЕНДИНГА

Важным аспектом жизни отрасли стал брендинг: продвижение и рынка в целом и компаний в частности как внутри страны, так и за рубежом.

В осенних выпусках много внимания было уделено трагедии 11 сентября, сильно повлиявшей на мировой туристический рынок.

Ужесточение визового режима с рядом европейских стран было одной из основных тем на протяжении всего года. Присоединение ряда государств к Шенгенскому соглашению автоматически вело к более долгой процедуре получения виз. Вместе с тем еще в начале года был отмечен «консульский бум» открытия консульств в регионах РФ.



Tourbusiness  
Travel Trade Russia

## 2002

### ГОД ОБУЧЕНИЯ И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ

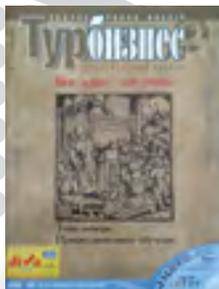
Важным стал вопрос обучения: где получить профильное образование, как поехать учиться за границу и даже поступить там в университет. По-прежнему актуальными оставались визовые и законодательные вопросы. В феврале вступил в силу новый порядок лицензирования туроператорской и турагентской деятельности, их текст был приведен в журнале и снабжен комментариями ведущих игроков отрасли. Активно обсуждалась и только что введенная добровольная сертификация средств размещения.



## 2003

### ГОД ЮБИЛЕЯ И ПРОЩАНИЯ

Одной из главных тем года стало 300-летие Санкт-Петербурга. Это явилось событием практически общемирового масштаба, привлечшим множество туристов. Еще одной темой года стал уход с рынка сверхзвукового авиалайнера «Конкорд». Именно в 2003 году его полеты прекратились окончательно. Во многом этому способствовала случившаяся несколькими годами ранее авиакатастрофа с его участием. Интернет и автоматизация продолжили завоевывать свои позиции в отрасли. В течение года постоянно шла речь о подходах работы через интернет, новом софте и принципах автоматизации работы турфирм.



## 2004

### ГОД КРУИЗОВ

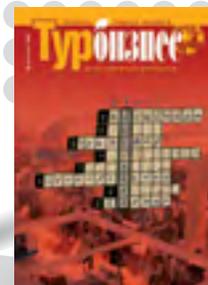
В 2004 году в туризме появился новый руководящий орган. Указом Президента РФ Федеральное агентство по физической культуре, спорту и туризму преобразовано в Федеральное агентство по физической культуре и спорту, а индустрия гостеприимства оказалась в ведении Федерального агентства по туризму. Большой интерес на рынке вызывали круизы, причем как речные, так и морские. В ТБ выходили большие обзоры о круизах по российским рекам, о трендах мировой круизной индустрии, о том, как себя вести и чем можно заняться на борту лайнера и как там все устроено.



## 2005

### ГОД СМЕНЫ ОРИЕНТИРОВ

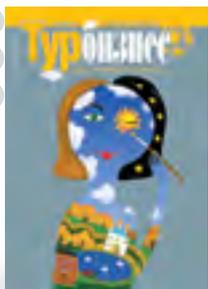
Цунами, которое обрушилось на ряд стран Юго-Восточной Азии в самом конце 2004 года и унесло множество жизней, повлияло и на туристический рынок. Туристы отказывались от уже заказанных туров и переориентировались на другие направления. После отмены виз заметно увеличился туристический поток из России в Марокко, страну даже назвали «открытием сезона». В начале года в Тулузе прошло официальное представление самого крупного в мире пассажирского лайнера А380. Многие эксперты отметили в России начало гостиничного бума и рост инвестиций в этот бизнес.



## 2006

### ГОД G8 КАК ДВИГАТЕЛЯ ТУРИЗМА

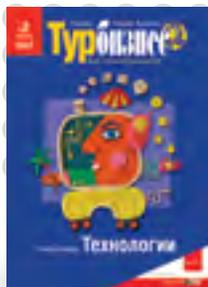
Главным для сферы туризма стало проведение в Санкт-Петербурге Саммита G8, из-за которого российский турбизнес впервые столкнулся с проблемами в организации «приемных» и выездных туров. В связи с необходимостью менять планы по судозаходам круизных лайнеров, запретом на передвижение судов по рекам и каналам и закрытием Пулкова на прием обычных рейсов, турбизнес недополучил или был вынужден дополнительно потратить около 5 млн евро. Вместе с тем G8 стал хорошим информационным поводом для продвижения России как туристической дестинации.



## 2007

### ГОД ВВЕДЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ ГАРАНТИЙ

Федеральный закон №12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», принятый Госдумой 17 января и одобренный Советом Федерации 24 января, вступил в силу с 1 июня 2007 года. Основными положениями изменений в законе стали отмена лицензирования в сфере туризма и введение механизма финансовых гарантий: впервые в стране предпринималась попытка сделать турбизнес прозрачным и гарантировать клиентам качество его услуг.



## 2008

### ГОД РЕЗКОГО УДОРОЖАНИЯ СТОИМОСТИ АВИАТОПЛИВА

По оценке ФАС, в 2008 году авиационный керосин подорожал не менее чем на 70%, значительно обогнав темпы инфляции. В результате авиаперевозчики взвинтили цены на билеты: по сравнению с 2007-м они в среднем выросли на 30–50%. Туроператоры России были вынуждены работать в ситуации, когда поднять цены на путевки на аналогичный уровень они не могли и должны были сохранять стоимость туров в пределах покупательской доступности.



## 2009

### ГОД ПРОДАЖИ ТУРОВ НА ФОНЕ ПАДАЮЩЕГО СПРОСА

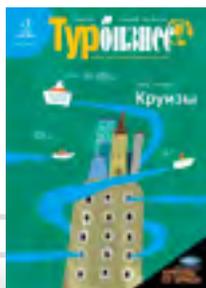
Основной темой этого года в сфере туризма стали последствия кризиса и падение объемов продаж туристических путевок на уровне 15–30%. В этой связи главной темой года становится реализация туров на фоне снижения покупательской способности клиентов. 2009-й стал первым годом, когда после длительного периода роста выездного туризма он показал спад и всем стало понятно, что прежние способы реализации работают не так эффективно и надо искать новые варианты.



## 2010

### ГОД КРАХА «КАПИТАЛ-ТУРА»

Событием года в сфере туризма стало разорение компании «Капитал-тур». Кредиторы заблокировали счета одной из крупнейших российских туристических компаний, мотивируя это непогашенными задолженностями со стороны туроператора. Общий долг компании банкам в тот момент составлял 1,2 млрд рублей, глубина продаж у туроператора на момент прекращения им деятельности достигала трех-четырех месяцев, а число пострадавших туристов перевалило за 8 тысяч человек. В конце декабря 2010 года «Капитал-тур» официально признал себя банкротом.



## 2011

### ГОД ОНЛАЙН- БРОНИРОВАНИЯ КАК ТРЕНД ВРЕМЕНИ

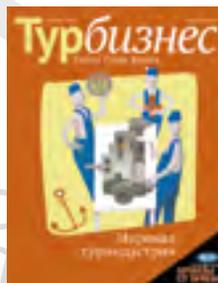
Онлайн-бронирование становится все более прицельным инструментом. Взрывной рост интереса турагентов и частных пользователей к онлайн-бронированию авиабилетов и гостиниц укрепляет позиции не только GDS, но и популярных сетевых консолидаторов. Растет интерес россиян к иностранным сетевым ресурсам: многие стараются с их помощью самостоятельно бронировать туристические и сопутствующие услуги, отказываясь от пакетных туров в пользу «конструктора» «сделай сам».



## 2012

### ГОД РОЖДЕНИЯ «ТУРПОМОЩИ» И НОВОЙ РЕДАКЦИИ ЗАКОНА О ТУРИЗМЕ

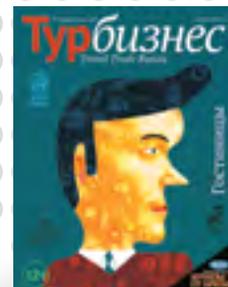
В конце января 2012 года о приостановке деятельности объявил туроператор «Ланта-тур вояж». Несмотря на застрахованную в «Ингосстрахе» на 100 млн рублей ответственность, денег на всех пострадавших не хватило. Благодаря этому банкротству в России были приняты новые изменения в туристическом законодательстве, и весной 2012 года появилась ассоциация «Турпомощь», членство в которой с тех пор является обязательным для всех компаний, работающих на рынке выездного туризма.



## 2013

### ГОД ДЕМПИНГА

Лейтмотивом года на рынке российского туризма стал демпинг: в начале сезона туры по целому ряду направлений продавались по бросовым ценам, которые нередко даже не покрывали стоимость билета. Логика ряда операторов «застолбим, а там посмотрим» привела к тому, что избалованные туристы начали откровенно шантажировать агентов, требуя все больших и больших скидок. К тому же они стали гораздо требовательнее, и соотношение цена/качество стало иметь принципиально важное значение.



# 2014

## «ЧЕРНЫЙ» ГОД РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА

Главным трендом года стала череда банкротств компаний в сфере туризма. Первой потерей сезона стал один из старейших и крупнейших туроператоров страны — питерская компания «Нева», объявившая о приостановке деятельности 16 июля. По итогам года в России обанкротилось более десяти крупных предприятия: «Лабиринт», «Солвекс-Турне», «Южный Крест Трэвел», «Верса», «Атлас», которые причинили ущерб более 100 тысячам клиентов на сумму свыше 1 млрд рублей. Из-за необходимости вывозить оставшихся за границей туристов впервые были использованы средства ассоциации «Турпомощь».



# 2015

## ГОД «ЗАКРЫТИЯ» ЕГИПТА

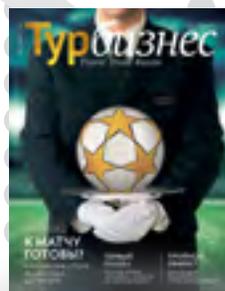
31 октября 2015 года в небе над Синайским полуостровом потерпел катастрофу лайнер А321, погибли 224 человека. Рейс выполняла авиакомпания «Когалымавиа» по заказу туроператора Brisco по маршруту Шарм-эль-Шейх — Петербург. Уже 8 ноября 2015 года появился указ президента РФ №553 «Об отдельных мерах по обеспечению национальной безопасности РФ и защите граждан России от преступных и иных противоправных действий», который «закрыв» Египет для организованных туристов из нашей страны. Действие этого указа в основном продолжаетея до сих пор.



# 2016

## ГОД «ОТКРЫТИЯ» ТУРЦИИ

Вечером 30 июня 2016 года президент России Владимир Путин подписал указ о снятии запрета на продажу туристических путевок в Турцию. 28 августа 2016 года премьер-министр России Дмитрий Медведев подписал постановление правительства РФ об отмене ограничений на полеты чартеров в Турцию, а уже 1 сентября, по данным Управления гражданской авиации республики, ее власти одобрили заявки на выполнение 63 чартерных рейсов в неделю из российских аэропортов в Анталию. И хотя страну «открыли» только под занавес сезона, она показала быструю способность к восстановлению турпотока из России.



# 2017

## ГОД ОСОЗНАННОГО ГОСТЕПРИИМСТВА

Главным трендом 2017 года стало понимание того, что въездной туризм любой ценой России не нужен. Растущий высокими темпами безвизовый турпоток из Китая оказался выгоден только полулегальным принимающим компаниям: российский туризмен все чаще говорит о его вытеснении с рынка обслуживания гостей из КНР и отсутствии каких-либо доходов. Вместе с тем «наверху» речь идет не только о расширении безвизового потока туристов из КНР, но и о введении аналогичного режима со странами БРИКС.





## Воссияют все

«Звезды» для отелей, пляжей и горнолыжных трасс станут обязательными.

В начале февраля президент Владимир Путин подписал закон о порядке присвоения «звезд» объектам туристической индустрии: гостиницам, пляжам при отелях и горнолыжным трассам. Классификацию смогут проводить только аккредитованные организации. По ее результатам будет приниматься решение о присвоении соответствующей категории («звезд»).

Туристские объекты обязаны использовать в своей рекламе только присвоенную им категорию. При отсутствии свидетельства, подтверждающего категорию, устанавливается запрет на предоставление услуг. При использовании в рекламе гостиницы категории, не соответствующей указанной в свидетельстве, на нарушителей будет налагаться штраф.

Классификация отелей будет вводиться поэтапно: с 1 июля 2019 года в отношении гостиниц с номерным фондом более 50 гостиничных номеров, с 1 января 2020 года в отношении гостиниц с номерным фондом более 15 номеров, с 1 января 2021 года в отношении всех гостиниц. Срок действия свидетельства о классификации составит три года.

Сейчас классификация объектов туристской индустрии осуществляется в добровольном порядке, за исключением Краснодарского края и тех городов и регионов, где пройдут матчи ЧМ-2018 по футболу.



### 24%

Составил рост выездного потока россиян в 2017

году. Почти 42 млн. россиян выезжали из страны с туристскими, деловыми и иными целями. В страны дальнего зарубежья было совершено 26,6 млн поездок (+31,6%)



### 4,7 млн россиян

Посетили

Турцию в 2017 году. Рост турпотока составил рекордные 553%! По итогам года страна стала лидером и по объему, и по динамике роста туризма из России.

## На четверть больше

Погранслужба подвела итоги выезда из России за рубеж в минувшем году.

По данным ФСБ РФ (в ее структуру входит Пограничная служба, осуществляющая контроль пересечения границы), в 2017 году россияне совершили 41 989 261 зарубежную поездку. Это на 24,13% больше, чем в 2016 году. Из общего числа поездок россиян за границу 31,87% пришлось на «ближнее зарубежье» — страны СНГ, Туркмению, Грузию, Абхазию и Южную Осетию.

В страны «дальнего зарубежья» в 2017 году россиянами было совершено 28 604 030 поездок (+31,6%). Лидером по динамике роста ожидаемо стала Турция: +553,2%. После нее лучшую динамику из ТОП-20 продемонстрировали ОАЭ: +53,7% в сравнении с 2016 годом. На третьем месте — Вьетнам с 30,1% роста. Три страны из ТОП-20 выездных рынков остались «в минусе»: Литва (-6,85%), Болгария (-10,3%) и Тунис (-16,9%).

Из стран вне ТОП-20 лучшие результаты у Доминиканы (у нее же — второе место по динамике прибытий в общем списке массовых направлений): +73,13% (239 862 человека). На Кубе число прибытий из России в 2017 году увеличилось на 60,1% (82 919), в Австрии — на 34,9% (264 082 поездки), в Индии — на 29,1% (233 489 поездок).

Состоялся «взрыв» потока из России в Танзанию: с 56 человек в 2016 году до 2345 в 2017-м (+4187%). Заметно прибавила Саудовская Аравия: +129% (7745 человек). И даже выездной поток в США, несмотря на визовые сложности, подрос на 6,3% (269 128 поездок).



## Вопрос месяца

КАКОЕ ВЛИЯНИЕ ОКАЖЕТ НА РОССИЙСКИЙ ТУРБИЗНЕС НАЧАЛО РЕГУЛЯРНЫХ ПОЛЕТОВ В КАИР?

Туроператоры начнут активно предлагать туры на Красное море с перелетом в Каир

24%

Туркомпании будут продавать только экскурсионные туры в Каир

23%

Туроператоры будут ждать разрешения на полеты чартеров

40%

Туркомпании уже «забыли» о египетском направлении

13%

Источник: опрос на сайте tourbus.ru

## Рецепт из первых рук

Workshop «Путешествие за здоровьем» пройдет 12 апреля в Москве.



Посетители workshop «Путешествие за здоровьем» смогут напрямую пообщаться с ведущими российскими и зарубежными туроператорами, специализирующимися на лечебно-оздоровительном и медицинском туризме, представителями национальных офисов по туризму, оздоровительных центров, клиник, санаториев, пансионатов, спа- и велнес-курортов. Из первых рук агенты получают информацию о новых программах лечебно-оздоровительного туризма, узнают, как повысить эффективность продаж.

Мероприятие организовано ИД «Турбизнес» при поддержке Ростуризма.

К участию приглашаются сетевые и независимые агентства, FIT- и MICE-компании, корпоративные клиенты, представители медицинских центров и клиник.

Для посещения workshop необходимо пройти регистрацию на сайте [www.health-workshop.ru](http://www.health-workshop.ru).

## Amadeus в России: новый гендиректор, новые цели

Компания Amadeus объявила о назначении Леонида Мармера на должность генерального директора офиса Amadeus в России.



Главными целями нового гендиректора станут повышение эффективности агентской дистрибуции, взаимодействие с отраслевыми партнерами и развитие стратегических преимуществ Amadeus в регионе.

Леонид Мармер — признанный эксперт отрасли, он занимал различные руководящие позиции во многих регионах России и за рубежом, последние четыре года возглавлял старейшую туристическую компанию России «Интурист».

«Быстро меняющаяся среда диктует новые условия для бизнеса, — комментирует свое назначение Леонид Мармер. — Сегодня Amadeus, безусловно, является лидирующей глобальной системой бронирования в авиационном сегменте и надежным технологическим партнером крупнейших туристических брендов как в онлайн-, так и в офлайн-индустрии. Следующий шаг в нашей стратегии — позиционировать Amadeus как ключевого поставщика туристических услуг и IT-решений для всей индустрии туризма».



## С новым проектом!

В конце февраля стартовали онлайн-курсы, посвященные туризму в Армении.

Обучающие курсы «10 travel-хитов Армении, которые нельзя пропустить» призваны помочь российскому турбизнесу поближе познакомиться с самыми значимыми достопримечательностями страны. В учебный материал включено описание десятки самых интересных мест этого туристического направления: без их посещения нельзя сказать: «Я был в Армении».

Для закрепления знаний предлагается поучаствовать в небольшой викторине: ответить на занимательные вопросы и узнать, насколько хорошо теперь участнику знакома эта горная страна. Проект доступен по ссылке [tourbus.ru/armenia-top-10/](http://tourbus.ru/armenia-top-10/)

Викторина реализована при поддержке проекта «Развитие Интегрированного Сельского Туризма», финансируемого Российской Федерацией и осуществляемого Программой развития Организации Объединенных Наций, в сотрудничестве с ИД «Турбизнес».

## Организаторам мероприятий

Вышло в свет четырнадцатое издание каталога «Россия. Конгресс-услуги».

Традиционно в каталоге представлены ведущие российские гостиницы, конгресс-центры, выставочные комплексы, а также MICE-компании и агентства делового туризма. Вся информация в справочнике дается на русском и английском языках.

Ознакомиться с электронной версией каталога можно на сайте [www.bt-magazine.ru](http://www.bt-magazine.ru).



# Путь в Каир открыт

Сразу после празднования Нового года президент Путин преподнес долгожданный «подарок» туркомпаниям и их клиентам, подписав указ о возобновлении регулярных воздушных перевозок с Египтом. Правда, речь пока что идет лишь о полетах в столицу страны.

**Н**апомним, что полеты в Египет из России были официально приостановлены после теракта 31 октября 2015 года на борту самолета Airbus A321 компании «Когалымавиа», совершавшего рейс из Шарм-эль-Шейха в Санкт-Петербург.

Туроператоры и многочисленные туристы надеялись, что сообщение с египетской столицей откроется уже 1 февраля (новые рейсы даже временно появились в расписании Шереметьево), однако этого не произошло. В то же время 15 февраля вице-премьер РФ Аркадий Дворкович в очередной раз обнадежил туроператоров, заявив, что «возобновление авиасообщения с Каиром в 20-х числа февраля очень возможно. Принципиально важно, что решение принято, согласовано с коллегами».

Однако 20 февраля глава авиакомпании Егурт Air Сафуат Муслим в интервью египетским СМИ неожиданно объявил, что авиасообщение между Каиром и Москвой может быть возобновлено «до конца апреля». По его словам, перенос возобновления авиасообщения на апрель связан с тем, что с конца марта начинает действовать летнее расписание полетов, что позволит добиться большей эффективности авиaperезвозок.

Вместе с тем, по информации ряда египетских СМИ, которые процитировал АТОР, ситуация застопорилась из-за некоего «тайного протокола», на подписании которого настаивает российская сторона. Высокопоставленный чиновник в Министерстве гражданской авиации АРЕ заявил, что Россия затягивает возобновление полетов в ожидании того, чтобы АРЕ приняла условия, которые ранее были ей отвергнуты.

По словам этого источника, среди выдвинутых условий — постоянное присутствие российских сотрудников безопасности во всех аэропортах, куда прилетают российские рейсы: ежеквартальные проверки исполнения обязанностей египетскими службами безопасности в аэропортах.



Однако, даже долетев до Каира недешевыми рейсами национальных перевозчиков, туристам предстоит еще добраться до курортов Красного моря — на автобусе через пустыню или по воздуху, что быстрее, но значительно дороже.

Член совета директоров Ассоциации туроператоров Египта и глава офиса TEZ Tour в Египте Эхаб Вахдан уже заявил, что египетские авиакомпании готовы увеличивать количество внутренних рейсов и изменить тип самолетов, чтобы перевозить больше пассажиров.

По мнению генерального директора компании «TUI Россия» Тараса Демуры, начало полетов в Каир — лишь промежуточный шаг. «Рейсы будут востребованы в какой-то степени туристами, интересующимися круизами по Нилу и экскурсионными турами. Но спрос на туры с перелетом в Каир в любом случае будет примерно в 10 раз ниже, чем интерес к программам на основе чартерных рейсов непосредственно до египетских курортов», — рассуждает эксперт.

По информации АТОР, межправительственные переговоры по чартерам в Хургаду и Шарм-эль-Шейх запланированы на апрель. Однако, комментируя эту столь актуальную для турбизнеса тему, гендиректор компании «Випсервис» и советник Ростуризма Дмитрий Горин предупреждает: «Прежде всего, в аэропортах Египта должна быть проведена инспекция, которая подтвердит, что пребывание там безопасно для туристов. Никто точно не знает, когда будет запланировано начало таких проверок, говорить о конкретных сроках возобновления программ невозможно».

На этом фоне достаточно неожиданно прозвучала информация о том, что Ассоциация туризма Египта предложила для доставки россиян на курорты Красного моря создать специальную египетскую чартерную компанию — в партнерстве государства с местными инвесторами или бизнесменами из соседних арабских стран. **ТЕ**



Клевер  
web-система

## Клевер – web-система ТКП

Все, что нужно  
для успешного бронирования!

- > Удобный интерфейс
- > Полный ассортимент авиа и жд контента
- > Управление сборами и комиссией
- > Вторичные операции (обмены и возвраты) берем на себя
- > Отсутствие сборов за выписку
- > Мгновенная статистика
- > Быстрая установка в любом месте
- > Контроль за работой субагентов
- > Синхронизация с 1С и СОФИ

**B2B платформа для профессионалов**

Мы рады ответить на Ваши вопросы:  
Коммерческий отдел: +7 (495) 788 12 15  
e-mail: [klever@tch.ru](mailto:klever@tch.ru)



# Лето обещает новые рекорды

В прошедшем году Турция вернула себе звание самого популярного зарубежного направления отдыха россиян. Какие новости принесет грядущий летний сезон?

**П**о данным Министерства культуры и туризма Турции, страну в прошлом году посетили 32,4 млн иностранных туристов. Чаще всего они прибывали в Стамбул (33%), Анталию (29%), Эдирне (9,7%), Артвин (8,3%) и Муглу (6,1%). При этом лишь чуть более 1% туристов приезжали в Турцию с экскурсионными целями, остальные — ради отдыха на море.

## ПРОГНОЗЫ ПОЛНЫ ОПТИМИЗМА

В 2018 году, по прогнозу турецких властей, в стране ожидают 5 млн туристов из России. Всего же в этом году Турция намерена принять 36 млн зарубежных гостей, что на 3,6 млн человек больше, чем в 2017 году.

Анализ раннего бронирования туров в Турцию накануне высокого сезона также настраивает операторов на позитивный лад.

Директор по продажам туроператора «Интурист» Сергей Толчин отмечает, что по активности раннего бронирования год является аномальным. Количество бронирований на туры с перелетом до Анталии выросло в четыре раза, до Мармариса — в семь раз по сравнению с началом 2017 года. В пресс-службе туроператора «Библио Глобус» сообщают о повышении спроса на турецкие курорты на 25% на этапе раннего бронирования, а в «TUI Россия» говорят о двукратном росте продаж.

«Только из европейских стран этим летом ожидается увеличение турпотока в Турцию на 3 млн человек. А ведь есть



еще и другие рынки. Снижения цен не будет. Наоборот, они вырастут примерно на 15%», — полагает руководитель департамента по связям с общественностью туроператора Coral Travel Марина Макарова.

«Если вырастет поток европейских туристов, то популярные турецкие отели могут «встать на стоп». Поэтому мы рекомендуем россиянам, которые хотят посетить Турцию этим летом, обратить внимание на акции раннего бронирования», — отмечают в пресс-службе туроператора Apex Tour.

Между тем генеральный директор компании «TUI Россия» Тарас Демура считает, что на результаты следующего летнего сезона в Турции определенное влияние может оказать конкуренция с возвращающимся, по всей видимости, Египтом. «Если летом стартуют чартерные рейсы на египетские курорты Красного моря, а стоимость размещения в отелях приблизится к турецкой (\$50–60 за день в отеле 4–5\*), то эта страна сможет оттянуть не более 10–20% турецкого турпотока. Если же сто-

имость дня в отелях останется на уровне нынешних \$30, то летний Египет вполне может «забрать» у Турции до 35% российского турпотока», — рассуждает эксперт.

## ТУРЦИЯ ПОМОЖЕТ ДЕНЬГАМИ

В этом году турецкие власти продолжают субсидирование чартерных программ из России. Особое внимание будет уделено программам перелетов в низкий сезон. В начале этого года в одном из интервью министр культуры и туризма Турции Нуман Куртулмуш сообщил: «В России на турецком рынке работают серьезные туроператоры. Мы оказываем им поддержку. Собираемся повысить в этом году дотацию с \$6 до \$9 тысяч на самолет, при этом в высокий сезон эта сумма будет меньше — \$4–6 тысяч. Мы отправили это предложение в правительство, и как только оно будет принято, сразу же вступит в силу». **ТБ**

## ТУРЦИЯ–2017: +444% РОССИЯН!

По данным Министерства культуры и туризма Турции, в 2017 году страну посетили 4,7 млн российских туристов, что на 444%, или в 5,5 раза больше, чем годом ранее. В 2016 году после снятия запрета на продажу туров в Турцию страну посетили 866 тысяч наших туристов, в то время как в 2015 году их число достигло 3,65 млн, а в 2014 году — 4,5 млн.

amadeus



Свыше 1000 турагентов  
из 33 городов России  
уже получили наши подарки!  
ПРИСОЕДИНЯЙСЯ!

## Amadeus First

Персональная бонусная программа  
для туристических агентов России



**Бронируй,  
зарабатывай баллы  
и меняй на подарки!**

Учитываются бронирования в ГДС Amadeus,  
Amadeus Content Inn и Amadeus Content Rail

**РЕГИСТРАЦИЯ >>** [ru.amadeusfirst.com](http://ru.amadeusfirst.com)



# Эмираты? Конечно, Шарджа!

Эмират Шарджа с каждым годом становится все более популярным среди российских туристов. Власти эмирата делают все, чтобы привлечь как можно больше туристов и сделать их отдых еще более комфортным и разнообразным.

**Ш**арджа предлагает российскому туристу солнце круглый год, чистые песчаные пляжи с пологим входом в море, возможность заниматься дайвингом и водными видами спорта, более 20 музеев, развлекательные центры для детей, заповедники, рынки, моллы, отели на любой вкус и доступные цены. Инфраструктура эмирата активно развивается, и на 2018 год запланировано несколько крупных открытий.

Парк развлечений Аль-Монтаза после обновления примет первых посетителей уже в первом квартале. Новая зона аквапарка «Жемчужное королевство» представляет собой 35 водных аттракционов, в том числе бассейн с искусственной волной вместимостью до 200 человек и игровую зону для детей от 4 до 14 лет. Развлекательный парк «Остров легенд» будет открыт в Аль-Монтазе во втором квартале 2018 года. Созданный по мотивам истории о путешествии во времени по девяти странам парк будет включать в себя 26 аттракционов. Помимо горок и каруселей здесь установят огромный батут, на котором смогут одновременно находиться до 100 детей. По всем «странам» можно будет прокатиться на поезде.

Еще одно открытие, интересное семьям с детьми и любителям дикой природы, — крупнейший за пределами Африки сафари-парк, который будет расположен в городе Аль-Дейд в часе езды от центра Шарджи. Его обитателями станут более 50 000 животных, в том числе 15 разновидностей жирафов и пять разновидностей носорогов. Начало его работы — во втором квартале 2018 года.

Строится 27-километровая велосипедная трасса, которая свяжет Шарджу с соседними эмиратами. На первой стадии проекта будут проложены дорожки вдоль центральной набережной

Аль-Маджаз, затем трасса продлится к границе с Аджманом и в сторону Дубая, к жилым районам и парку Аль-Мамзар.

Здесь же, вдоль Шарджа-Бич-Родд, скоро протянется новый променад с общественным пляжем, прогулочными, велосипедными и беговыми дорожками, парком, спортивными и детскими площадками, зонами отдыха и кафе. Первый этап строительных работ планируется завершить в третьем квартале 2018 года.

Гостиничная база Шарджи тоже расширяется.

Бутик-отель Al Bait (53 номера и сьюта) расположится в историческом комплексе «Сердце Шарджи» и станет первым отелем категории luxury в эмирате.

На его территории будет два ресторана (с международной и традиционной арабской кухней), кафе с большим выбором сортов чая, кофе и сладостей, магазин мороженого, спа-центр, а также бизнес-центр с конференц-залом и переговорными комнатами. Открытие запланировано на первый квартал 2018 года.

Kingfisher Lodge откроется на восточном побережье Шарджи, в мангровом заповеднике. Отель состоит из 20 роскошных шатров с индивидуальными бассейнами, спа-центра, нескольких ресторанов, банкетного зала и зоны отдыха на свежем воздухе. Из номеров открывается потрясающий вид на побережье Индийского океана и старейшие мангровые леса Аравии. Открытие отеля планируется в первом полугодии 2018 года.

Во второй половине года откроются два отеля в пустыне: Mleiha Fossil Rock Lodge с пятью номерами, спа-центром и рестораном с террасой и Al Badayer Oasis, гости которого смогут разместиться в индивидуальных шатрах или в роскошных номерах в здании, воспользоваться услугами спа- и фитнес-центра, посетить рестораны, кафе, магазины и амфитеатр под открытым небом. **TE**



Посетите  
**Шарджу,**  
чтобы насладиться  
пляжами  
и активным  
**ОТДЫХОМ!**



حكومة الشارقة  
Government of Sharjah

هيئة الإنماء التجاري  
والسياحي بالشارقة

Sharjah Commerce & Tourism  
Development Authority



الشارقة®  
Sharjah

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

[visit\\_shj](https://www.instagram.com/visit_shj)





# «Электронная путевка»: pro et contra

Злом или благом для туристической индустрии обернется внедрение «электронной путевки»? Какие задачи она может решить и чего от нее точно не стоит ждать? На эти и другие вопросы о новшестве, так или иначе затрагивающем интересы всех участников рынка, отвечает ГЕОРГИЙ МОХОВ, генеральный директор юридического агентства «Персона Грата».

## Какова предыстория программы «Электронная путевка»?

После череды банкротств 2014 года необходимо было найти решение, позволяющее сверять размеры финансового обеспечения туроператора и действительной реализации турпродукта. Тогда и предложили внедрить государственную информационную систему, в которую вносились бы сведения о проданных турах, а в случае превышения продаж над финансовым обеспечением запускался бы механизм специального мониторинга. Концепция и техническое задание первого этапа разработки содержат указание цели системы — автоматизация процессов государственного надзора за деятельностью туроператоров, то есть первоначальная функция информационной системы «Электронная путевка» (ИС ЭП), заложенная в 2014 году, несколько отличается от того, что мы получили в результате трех этапов разработки.

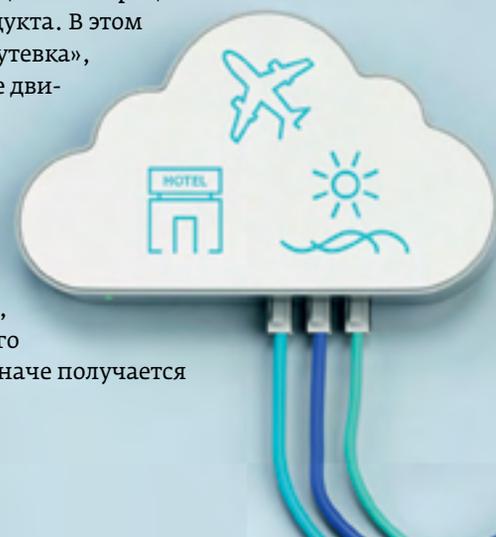
**Отзывы о программе со стороны туроператоров противоречивые и зачастую негативные. В чем причина этого? Разработчики не учли специфику работы туркомпаний?**

Отзывы противоречивые, поскольку многие участники обсуждений не читали техзадание, в соответствии с которым разрабатывалась система. Туроператоры предполагали (на мой взгляд, совершенно оправданно), что для них создадут информационную систему, позволяющую заключать договоры в электронном виде и заменяющую «бумажный» документооборот на электронный, с отражением платежей и расчетов за тур, с автоматическими «шлюзами», позволяющими без трудозатрат переносить сведения о заключенных договорах из информационных систем туроператоров в ИС ЭП. Многие полагали, что «Электронная путевка» — это аналог электронного авиабилета, полноценно заменяющего договор и служащего для подтверждения права на услугу. Но ничего этого они в представленном программном продукте не видят, за исключением системы ручного ввода и учета проданных туров.

Целью разработки ИС ЭП была именно автоматизация деятельности органа власти в сфере туризма, а вовсе не создание программ, облегчающих жизнь туроператоров. Но потом задачи начали меняться, и привлеченные к обсуждению представители турбизнеса с удивлением увидели уже готовую разработку, которая никак не соответствовала их представлениям об «Электронной путевке».

При этом всех путает сам термин «Электронная путевка». Возникает ассоциация с турпутевкой или бланком строгой отчетности. Но никаких сходных функций «Электронная путевка» не несет. Это просто цифровая запись в системе, отражающая условия заключенной сделки по реализации турпродукта. Это не бланк, это не договор и даже не документ, подтверждающий право на получение туруслуг. В сегодняшнем виде ЭП — зеркало электронного договора. **Олег Сафонов полагает, что «Электронная путевка» принесет больше положительных моментов, чем отрицательных. Поэтому глава Ростуризма предложил сделать ее использование обязательным, хотя у системы еще много недоработок. Как вы считаете, эту программу можно исправить?**

Движение прогресса неумолимо, и все мы рано или поздно придем к информатизации всех процессов реализации турпродукта. В этом смысле «Электронная путевка», безусловно, новаторское движение, даже со всеми недоработками и недостатками. Но внедрение таких механизмов необходимо начинать с электронного документооборота в отрасли, а вовсе не с обязательного учета сделок в ИС ЭП. Иначе получается телега впереди лошади.



Закон устанавливает с 1 января 2018 года возможность электронного обмена документами и заключения сделок в электронной форме между туристом, турагентом и туроператором. Вот это и есть начало процессов перехода от бумажного документооборота к электронному. Информационная система ЭП — это результат электронного документооборота, а не наоборот. Для регулирования процедур электронной сделки принимается специальное постановление Правительства РФ о порядке обмена документами в электронной форме и заключения электронного договора о реализации турпродукта, имеющего юридическую силу. Причем речь ведь идет не только об отношениях с туристами. Если происходит полноценный переход к электронным сделкам, они должны приниматься и для целей налогового учета, и для административного надзора, и для судов в качестве доказательства в спорах. Электронные сделки совершаются с применением так называемого «Аналога собственноручной подписи» — электронной цифровой подписи (ЭЦП), для туристов простой (с логином и паролем), а для туроператоров усиленной, с применением идентифицирующих программ. До применения ЭЦП с пользователем заключается соглашение, для идентификации в системе ему присваивается уникальный пароль. В турбизнесе сейчас никто не применяет ЭЦП, а для внедрения понадобится не менее года-двух, и то только если ее не будут саботировать.

Установка ЭЦП на одно рабочее место может стоить 25–30 тысяч рублей, в зависимости от уровня информатизации офиса, а для крупного туроператора такая интеграция обойдется в миллионы. В противном случае вносить в ИС ЭП все придется вручную, а электронные сделки, совершенные без применения ЭЦП, не будут иметь юридической силы.

Речь должна идти в первую очередь не о доработке созданной системы, а о внедрении в отрасли полноценного документооборота, позволяющего перейти от бумажных договоров, заявок, актов и отчетов к электронным на всех этапах реализации турпродукта. Далее должны быть созданы и внедрены «шлюзы», позволяющие автоматически переносить сведения о заключенных сделках в ИС ЭП, и когда будет понятно, что этот процесс освоило не менее 80% рынка, можно говорить об обязательности. Если государство возьмет на себя расходы по обеспечению интеграции, то дело пойдет быстрее, если же расходы лягут на турбизнес, то застрянет надолго.

#### **В чем основной недостаток программы «Электронная путевка»?**

Главный минус в том, что в словосочетание «Электронная путевка» все вкладывают разное значение, даже в органах власти.

Сейчас информационная система является надстройкой над учетом туроператора, не предусматривает полноценного участия турагентов, не позволяет внутри системы заключать договоры в электронном виде, не отражает расчеты, а глав-

ное — не интегрирована  
в системы брони-  
рова-

ния туроператоров, что приводит к большим трудозатратам по вводу информации. Но, чтобы говорить о минусах и заниматься исправлением недостатков, сначала необходимо поставить окончательную задачу разработчикам, в противном случае можно переделывать до бесконечности, подстраиваясь под новые требования новых участников обсуждения.

#### **Многие ведомства пытаются реализовать свои интересы при помощи системы «Электронная путевка». Вот уже и Минтранс пытается заложить туда ограничения для чартерных авиакомпаний. Насколько это реально и нужно?**

Невозможно создать систему, удовлетворяющую всем запросам каждого участника рынка и ведомства. Кто-то хочет, чтобы в системе отражались расчеты с отелями и перевозчиками, другие говорят о том, что никаких расчетов там быть не должно, нужен только статус «оплачено» или «предоплачено»; третьи считают, что система должна отражать все данные и местоположение туриста, четвертые настаивают на том, что никаких персональных данных быть не должно. Что будет, если сейчас к разработке подключатся другие ведомства? Росавиация будет отслеживать сведения об объемах авиаперевозки, Служба судебных приставов потребует, чтобы в системе нельзя было оформить тур на туриста с долгами, МВД будет отслеживать выезд граждан, находящихся под следствием, а Роспотребнадзор захочет увидеть отметки о прививках.

Давайте остановимся на первоначальной задаче — сверке объемов реализации турпродукта с размером финансового обеспечения туроператора — и начнем внедрять электронный документооборот.

#### **Как изменится работа турфирм после полного внедрения проекта? Сократится ли из-за этого число компаний, работающих на рынке?**

Если предположить обязательность применения ИС ЭП для подтверждения реестрового номера, в таком случае туроператорам придется нести затраты на интеграцию и затем отражать реализацию турпродукта в системе. Часть участников рынка постарается затраты минимизировать либо вовсе избежать их, потеряв статус туроператора; впрочем, это уже произошло с введением отчислений в фонды персональной ответственности. Реестр туроператоров по выездному туризму сократился вчетверо за два года; не думаю, что это снова повторится.

Сложнее ситуация с туроператорами внутренними и тем более выездными. У них процесс реализации и оформления турпродукта совсем иной, другие договоры, по-другому строятся взаимоотношения с туристами, турагентами и поставщиками, в итоге они могут не вписаться в требования системы.

В любом случае «обязательность» пока существует только в теории, не будем опережать события, подождем подзаконных нормативных документов и доработки ИС ЭП. **ТБ**

Беседовала Мария Акунова



# ПУТЕШЕСТВИЕ ЗА ЗДОРОВЬЕМ

19

На лечение  
в Россию или  
за рубеж?

20

Семь  
миллионов  
и больше

22

Санатории  
без альтернатив

# Не купишь за деньги?

Рынок медицинского туризма растет гигантскими темпами. Быстрее, чем растет мировая экономика: в 2017 году его рост составил 4%, а рост мирового ВВП — только 3,5%, свидетельствуют данные экспертов Euromonitor International. Поговорка о том, что здоровье не купишь за деньги, стала несколько устаревать. Здоровье-то, конечно, не купишь, но можно купить поездку к медицинскому светилу, который поставит на ноги. Можно купить оздоровительные процедуры, которые заставят забыть о хроническом недуге. Можно. И для многих это меняет подход к жизни вообще и к отпуску в частности.

ТЕКСТ ЭЛЕОНОРА АРЕФЬЕВА

## ДЕСТИНАЦИИ ЗДОРОВЬЯ

Доходы от медицинского туризма в 2017 году составили \$15 млрд, а оздоровительного — \$40 млрд. По прогнозам того же Euromonitor International, к 2022 году эти цифры увеличатся еще на треть.

Самой «выездной» страной за услугами медицинской помощи в 2017 году стал Китай, обогнав по этому показателю американцев. Предполагается, что такая тенденция сохранится как минимум в ближайшие пять лет и Китай станет крупнейшим источником спроса на выездной медицинский туризм. Самые посещаемые для лечения страны — Таиланд и Сингапур.

В соответствии с проведенными опросами, медицинские туристы в целом остаются удовлетворены оказанными за рубежом услугами. Однако в качестве одного из недостатков по-прежнему называют языковой барьер, который присутствует при обращении за медицинской помощью в иностранные государства, отмечается в релизе Российской ассоциации медицинского туризма.

Куда едут лечиться россияне? Михаил Данилов, медицинский директор Ассоциации оздоровительного туризма, отмечает, что с лечебной целью наши соотечественники в основном выезжают в Израиль и Германию, туда едут преимущественно с целью лечения онкологических заболеваний, кардиохирургических вмешательств и лечения в ортопедических клиниках. Эксперт также говорит о росте выездов на лечение в турецкие клиники по направлениям офтальмохирургии и косметической хирургии. «Сохраняется востребованность лечения в Индии, Таиланде, Южной Корее, Китае. Кроме того, существенным по



## ТОП-5 НАПРАВЛЕНИЙ

ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ  
ВЬЕЗДНОЙ ТУРИЗМ:



Чехия



Венгрия



Белоруссия



Германия



Китай

объему потоком характеризуются выезды на лечение в Финляндию», — подчеркивает Михаил Данилов. По данным Ассоциации оздоровительного туризма, 80–90 тысяч россиян выезжают на лечение за рубеж ежегодно. Хирургия, диагностика, вернее, уточнение диагноза, получение консультации высококвалифицированных специалистов (как это часто называют — чтобы узнать второе мнение) — это основные причины таких поездок.

«Большинство запросов от россиян — это лечение онкологических заболеваний, также популярно эндопротезирование тазобедренных и коленных суставов с реабилитацией, запросы по кардиологии, лечение гепатита С в Индии, пластическая хирургия в Южной Корее, лечение стволовыми клетками в Германии, Швейцарии, Индии, Китае и в Южной Корее», — в целом соглашается с экспертом Татьяна Соколова, генеральный директор компании Medica Tour.

Если обсуждать поездки с целью лечения по России, то здесь, отмечает Михаил Данилов, самым популярным направлением является стоматология, доля которой оценивается в более чем 30% от общего объема. Кроме того, на переезды между российскими регионами с целью лечения отправляются пациенты с гинекологическими и урологическими заболеваниями, онкологические больные, пациенты с заболеваниями сердца и с офтальмологической патологией. По разным оценкам, по стране с целью лечения ежегодно перемещаются 8–9 млн человек.

Татьяна Соколова говорит о спросе из-за рубежа на услуги российской медицины: «К нам едут на ЭКО, на решение проблем по офтальмологии, стоматологии, на процедуры пластической хирургии и даже были



### МИХАИЛ ДАНИЛОВ

МЕДИЦИНСКИЙ ДИРЕКТОР  
АССОЦИАЦИИ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО  
ТУРИЗМА

Традиционно наибольшим спросом пользуются путевки на курорты Чехии, Германии, Словакии, Венгрии, Словении, Польши, Италии, Болгарии. Однако нельзя сказать, что спрос на оздоровительные услуги в европейских здравницах у россиян имеет массовый характер.

запросы на лечение онкологии». По мнению эксперта, въездных медицинских туристов в стране могло быть несоизмеримо больше, если бы не такие проблемы, как отсутствие медицинской визы в Россию, отсутствие страховки от врачебной ошибки.

К оздоровительному туризму специалисты относят поездки на отдых в санатории, спа-отели, отели, где есть оздоровительная составляющая. «Правильнее всего будет называть такой вид туризма оздоровительно-профилактическим, поскольку основной акцент санаторно-курортной медицинской помощи направлен не на лечение явно проявляющихся заболеваний, а на профилактику, и прежде всего профилактику рецидивов хронических заболеваний», — подчеркивает Михаил Данилов.

По данным Ассоциации оздоровительного туризма, которыми с нами поделился эксперт, в современных санаториях сейчас с успехом можно пройти лечение по многим группам заболеваний. Традиционно лидируют (у взрослых) такие направления, как лечение заболеваний костно-мышечной системы и нервные болезни (преимущественно периферическая нервная система), численность пациентов с которыми уверенно приближается к 50%. Далее почти с равными долями следуют профилактика и лечение заболеваний органов кровообращения, пищеварения и дыхания. С большим отрывом замыкают список спроса гинекологические и урологические проблемы, болезни почек, кожи и заболевания обмена веществ.

Сегодня существует активный спрос как на оздоровительный отдых в российских санаториях, так и на схожие по объему услуги формы оздоровительного отдыха, представленные многими европейскими странами. Сана-

торное лечение, отличающееся применением специальных процедур с использованием природных лечебных факторов (минеральных вод, грязей, целебного климата) можно пройти и в России, и за рубежом.

«Традиционно наибольшим спросом пользуются путевки на курорты Чехии, Германии, Словакии, Венгрии, Словении, Польши, Италии, Болгарии. Однако нельзя сказать, что спрос на оздоровительные услуги в европейских здравницах у россиян имеет массовый характер. Довольно существенный поток туристов из России отправляется на оздоровление в санатории Белоруссии. В последние годы хорошее предложение в данном направлении сформировали страны Прибалтики, прежде всего Литва», — отмечает Михаил Данилов. Также, по его мнению, с определенными оговорками можно отнести к данной категории отдыха отдельные туры в Таиланд. Последнее время наблюдается рост интереса у россиян к оздоровительному отдыху в Китае.

## ТОЧКИ РОСТА

Семь миллионов гостей принимают российские санатории в год — таковы данные Ассоциации оздоровительного туризма. Много это или мало? Как будет дальше: поездки для поправки здоровья россияне будут планировать на отечественные курорты или выбирать зарубежные направления?

В контексте общего тренда, свидетельствующего о росте спроса на оздоровление, можно спрогнозировать аналогичную тенденцию и в России. Оформление визы на большинство зарубежных курортных направлений, не благоприятствующий путешествиям за границу курс валют — все это факторы

не в пользу иностранных оздоровительных курортов. Пока основной поток желающих провести отпуск с пользой для здоровья сосредоточен все же на отечественных курортах.

«К преимуществам российских санаториев можно отнести отсутствие значительных транспортных расходов, необходимости оформления виз и языкового барьера, схожесть менталитета гостей санатория и его сотрудников, что немаловажно для пожилых консервативных россиян, а также наличие уникальных природных ресурсов, не уступающих, а иногда превосходящих зарубежные, таких, например, как Мертвое море в Усть-Качке, Старорусские грязи, вода Эссентуки-17», — считает Сергей Пацай, региональный директор курортов сети AMAKS Hotels&Resorts. Он также отметил в числе преимуществ «значительно большую наполняемость путевок лечебными процедурами, а также наличие больших территорий, что не могут позволить себе зарубежные объекты ввиду дороговизны земельных участков в курортных районах».

«Современные санатории постепенно стараются расширять круг предоставляемых услуг, добавляя всё новые и новые направления, — Михаил Данилов также говорит о привлекательности российских оздоровительных объектов. — Как и много лет назад, «золотой стандарт» санкура составляет набор услуг, в которых ключевое место занимают медицинские процедуры с использованием природных лечебных факторов (минеральных вод, грязей). Это ванны, водолечение, грязелечение, ручной массаж, электрофизиотерапия, ингаляции и лечебная физкультура. Кроме того, в арсенал медицинских услуг современных санаториев активно вошли виды лечения, которые расширяют возможности санаториев в работе по отдельным медицинским профилям. Например, к числу методов лечения костно-мышечной системы добавились методики механотерапии (лечение с использованием различных тренажеров) и ударно-волновой терапии, значительно увеличилось количество многих методов электрофизиотерапии». Эксперт также отметил, что в качестве мер обеспечения лечебных программ при болезнях органов дыхания многие санатории обзавелись собственными соляными пещерами, имитирующими условия целебных природных спелеокомплексов. Появилось много особых видов аппаратного воздействия, включая, например, флоатинг, абдоминальную декомпрессию, стабиллоплатформу и даже облегчен-

ные версии барокамер. «Сложно представить себе современный санаторий без комплексной диагностики, включающей аппаратные и лабораторные возможности, — продолжает Михаил Данилов. — Здравницы активно развивают специализированные программы санаторно-курортного лечения, направленные на коррекцию обмена веществ, снижение веса, работу с последствиями стресса. В ряде санаториев открыты специализированные отделения медицинской реабилитации, принимающие на лечение пациентов с последствиями перенесенных острых состояний: травм, переломов, операций на конечностях, в раннем восстановительном периоде инфарктов и инсультов, после операций на сердце и сосудах. Работа по перечисленным направлениям тоже потребовала в значительной мере усилить возможности и уровень аппаратного оснащения медицинских отделений здравниц».

Технологические новации, новое оборудование и неизменный плюс — уникальные природные лечебные факторы, бесспорно, относятся к сильным сторонам отечественных санаториев. Что касается их минусов — и в этом эксперты единодушны — это уровень сервиса, который во многих здравницах оставляет желать лучшего.

Но вернемся к факторам роста. И тут на самом деле уместно вспомнить, что все новое — хорошо забытое старое. Российские компании вновь обратили свои взоры на санкур. Речь идет о флагманах промышленности, и в первую очередь о тех компаниях, сотрудники которых — высококвалифицированные специалисты — часто работают в неблагоприятных условиях Сибири и Севера.

31 января в Москве Ассоциация оздоровительного туризма собрала экспертов, HR-директоров промышленных предприятий, представителей санаторно-курортной отрасли для обсуждения проблемы сохранения здоровья сотрудников предприятий и продления их профессионального долголетия. И здесь выяснилось много любопытного.

Дмитрий Лисицин, представляющий Центр социального проектирования «Платформа», познакомил участников мероприятия с результатами масштабного исследования об управлении корпоративным здоровьем, проводимого для РСПП. Среди компаний, которые принимали участие в исследовании: ГК «Росатом», ОАО «Иркутская электросетевая компания», ПАО «Мосэнерго», ПАО «Газпром нефть», АО МХК «ЕвроХим», ЗАО «БАСФ», АО «Группа



## ТОП-5 НАПРАВЛЕНИЙ

### ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ ПО РОССИИ:

Краснодарский край,  
Ставропольский край  
(Кавминводы),  
Крым,  
Московская область,  
Алтайский край



**СЕРГЕЙ ПАЦАЙ**

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР  
КУРОРТОВ СЕТИ  
AMAKS HOTELS&RESORTS

К преимуществам российских санаториев можно отнести отсутствие значительных транспортных расходов, необходимости оформления виз и языкового барьера, схожесть менталитета гостей санатория и его сотрудников, что немаловажно для пожилых консервативных россиян, а также наличие уникальных природных ресурсов, не уступающих, а иногда превосходящих зарубежные

## САНАТОРИИ РОССИИ

В Краснодарском крае  
расположены

# 188

санаторно-курортных  
организаций.

Ставропольский край  
(Кавказские Минеральные  
Воды) насчитывает

# 137

санаторно-курортных  
организаций.

В Крыму на данный момент

# 147

санаторно-курортных органи-  
заций (включены в собствен-  
ный реестр Министерства  
курортов и туризма).

Московская область  
насчитывает более

# 120

санаторно-курортных органи-  
заций различной ведомствен-  
ной подчиненности.

На Алтае расположены

# 44

санаторно-курортные органи-  
зации, в том числе на курорте  
Белокуриха — 15 санаторно-  
курортных организаций.

компаний «Титан», ОАО «ОХК «УРАЛХИМ», ПАО «СИБУР ХОЛДИНГ», АО «Объединенная металлургическая компания», Магнитогорский металлургический комбинат, ПАО «Северсталь», АО «СУЭК», ОК РУСАЛ, ООО «УГМК-Холдинг», АО «Уралвагонзавод», ОАО «РЖД». Дмитрий Лисицин подчеркнул, что компаниями-лидерами широко используется санаторно-курортное направление. Советские практики сегодня переосмысляются, и крупнейшие работодатели развивают таргетированный подход по группам заболеваний, сбор обратной связи и многое другое.

Иван Рыбаков, управляющий директор консалтинг-центра Doctor of Medicine, научный сотрудник ФГБНУ «НИИ медицины труда», говоря об экономической эффективности программ здоровья на рабочем месте, привел данные НИИ МТ РАН для производственных компаний, согласно которым потери от болезни, прогулов, пониженной производительности из расчета на 100 человек в год составляют 4–6 млн руб. А возврат инвестиций от реализации программ корпоративного здоровья может составлять до 6,8 руб. на вложенный рубль. Есть над чем задуматься, согласитесь.

И турбизнесу в деле оздоровления сотрудников тоже найдется работа: отправлять сотрудников предприятий на курорты, выбирать им объекты по профилю — задача не из легких, и уж никак не менее значимая, чем организовывать бизнес-поездки. Зато есть где проявить себя: ведь и заказчики, и исполнители в этом деле еще только в самом начале пути.

## САНАТОРИЙ... ИЛИ?

Многие санатории и отели с оздоровительной составляющей уже начали взаимодействовать с крупными компаниями. Об этом, в частности, говорила Лилия Мавлиева, руководитель отдела развития горного бальнеологического отеля Rosa Springs (Сочи). Что интересно, этот новый и успешный объект не именуется санаторием, по словам Лилии, это сделано намеренно: слово санаторий ассоциируется у большинства людей с советской здравницей и соответствующим обслуживанием.

И в самом деле, многие объекты, которые открывают в курортных зонах, где присутствуют и природные лечебные факторы, и введены оздоровительные и лечебные процедуры, стараются не называть себя сана-

ториями. Возможны различные варианты: в Плесе, например, недавно открылся отель «Вилла Плесе», который предлагает комплексные оздоровительные программы и именуется себя фитнес-курортом. Сеть AMAKS Hotels&Resorts, которая одной из первых взялась за реконструкцию и переформатирование советских санаториев и вполне успешно с этим справляется, именуется между тем свои объекты в большинстве случаев курортами.

Неужели санаторий — это и в самом деле плохо? Что стоит за низкой рентабельностью бывших советских здравниц? Марина Розанова, коммерческий директор объединения ФНПР «Профкурорт», говорит, что объекты объединения даже с самой скромной материально-технической базой находят своих клиентов, потому что пребывание в санаториях дает реальный лечебный эффект: во-первых, уникальные природные лечебные факторы, а во-вторых, профессиональные врачи делают свою работу на совесть. Не требует объяснений и тот факт, почему многие объекты не повышают цены на путевки: там знают, их клиенты более дорогое пребывание не потянут. Кроме того, подчеркивает Марина Розанова, многие санатории должны содержать на своем балансе питьевые бюветы, грязелечебницы, которыми пользуются не только их гости, но и все желающие. И обходится такое содержание недешево.

Поэтому не вызывают удивления результаты первого рейтинга инвестиционной привлекательности «ТОП 100 российских здравниц», составленного Ассоциацией оздоровительного туризма совместно с рейтинговым агентством RAEX (Эксперт РА), согласно которому средняя цифра рентабельности у принявших участие организаций оказалась на уровне 1%. Впрочем, при этом лидеры рынка демонстрируют рекордные показатели рентабельности на уровне 15%.

Как добиваться реального успеха? Слово — Сергею Пацаю: «Современные требования диктуют наличие качественного продающего сайта, легкость в его поиске, быстроту получения всей необходимой гостю информации, простоту в бронировании, удобство в способах оплаты. Все бизнес-процессы санатория должны быть автоматизированы, пребывание в нем должно быть максимально комфортным от момента заезда до момента выезда. Удобная система оплаты услуг, гибкий план лечения, построенный с учетом пожеланий гостя, отсутствие очередей на процедуры, раз-

нообразная программа досуга, рассчитанная на любителей активного и пассивного отдыха разных возрастов, наличие условий для пребывания с детьми — далеко не полный список атрибутов, ставших уже обязательными для современных санаториев. Инструментами для оптимизации бизнес-процессов могут служить такие технологии, как электронная очередь, сканер паспортов, CRM-система, сохраняющая данные о предыдущих визитах гостя, его персональные данные, истории болезни, листы назначений, информацию о предпочтениях и пожеланиях.

Говоря о высоком уровне сервиса, я подразумеваю такие нетипичные для традиционных санаториев услуги и сервисы, как персональный менеджер, комплимент при заезде, знаки внимания в виде приветственного письма от руководителя, поздравление с днем рождения, поднос багажа, чистка от снега машины, оставленной на парковке. Они были внедрены на курорте «Красная

Пахра» и нередко превосходят ожидания избалованной публики столичного региона».

«Доходы санатория напрямую зависят от умения менеджеров предложить путевку не на семь, а на 12 дней, грамотно преподнести преимущества размещения в номере повышенной комфортности, рассказать о дополнительных услугах так, чтобы у гостя появилось желание их приобрести», — говорит Сергей Пацай.

Успехи флагманов санкура выглядят вдохновляющими и мотивирующими для всей отрасли. Лучшее в санатории — лечебные факторы и профессиональные практики — это основа, которая дорогого стоит. Уникальная система санкура, созданная в советское время, изрядно пострадала в 90-е: по данным, которые приводит Михаил Данилов, с начала 90-х годов численность санаторно-курортных учреждений сократилась в 3,5 раза, с 7,4 тысяч до 1,8 тысячи. Возможно, начинается отсчет возрождения отрасли, тем более что фактор спроса этому явно способствует. **ТБ**



## ТОП-5 НАПРАВЛЕНИЙ

### МЕДИЦИНСКИЙ

#### ТУРИЗМ:

Израиль,  
Германия,  
Турция,  
Индия,  
Китай



www.koreanair.com

## Новая эра. Терминал 2 Korean Air открывает рейсы из терминала 2 международного аэропорта Инчхон



Оцените все преимущества нового терминала и полетов с Korean Air.  
Новая эра уже началась.

Реклама

Excellence in Flight  
**KOREAN AIR**





## Марина Розанова: «В санатории учат правильно относиться к своему здоровью»

Санаторно-курортное объединение ФНПР «Профкурорт» — туроператор, специализирующийся исключительно на объектах с оздоровлением. Его основная задача — управление здравницами профсоюзов. МАРИНА РОЗАНОВА, коммерческий директор объединения, рассказывает о его работе в интервью ТБ.

**М**арина, расскажите, пожалуйста, об объектах, которые входят в объединение. Мы управляем санаториями, в которых есть доли собственности Федерации независимых профсоюзов. Основной куст здравниц находится в двух регионах: Кавминводы (8 тыс. мест) и Сочи (примерно такой же номерной фонд). К Олимпиаде наши сочинские объекты были реконструированы, и мы гордимся, что номерной фонд теперь в самом деле соответствует очень высоким стандартам. Например, сочинский санаторий «Металлург» — дворцового типа, теперь его роскошному фасаду соответствуют и номера.

«Профкурорт» — туроператор, но туроператор особый, от других мы отличаемся тем, что занимаемся только санаторно-курортным лечением. Даже если принимаем к себе новые объекты, наличие оздоровительной составляющей в них — наше неперемutable условие.

Мы гордимся тем, что сохраняем традицию санаторно-курортного лечения, которая была заложена в советский период. Сейчас многое утрачено. И государство не способствует возрождению отрасли: в вузах нет специальности врач-курортолог, в минимальных объемах дают курортологию. Нам эту профессию и специалистов курортного дела удается сохранить на своих объектах, потому что передается опыт от старшего поколения к младшему. У нас уникальные специалисты и уникальные лечебные природные факторы на наших курортах, и это сочетание имеет огромное значение для оздоровления, дает очень хорошие результаты.

### Кто ваш клиент, кто в основном покупает путевки в санатории?

Наша целевая аудитория — женщины около пятидесяти лет, именно они принимают решение о том, чтобы поехать в санаторий всей семьей, привезти внуков и детей и привить им правильное отношение к своему здоровью, чему очень способствуют поездки в санатории.

Часто нас сравнивают с Турцией, мол, у них all inclusive, и при этом отдых стоит дешевле. Я ничего не хочу сказать плохого о Турции, чистом море и полезном морском воздухе, но обычно из поездок в отели, где все включено, люди привозят с собой пять новых килограммов, и это отнюдь не килограммы здоровья, а мы лечим. И надо понимать, что полноценное лечение не может быть дешевым.

Спрос на отдых с лечением стабилен. У всех операторов, которые занимаются внутренним туризмом, был очень удачным 2015 год, потом началось падение. Это было и с нами. Но если те компании, которые занимаются мультиттурами, в 2017 году по отношению к предыдущему году «упали» на 20%, мы упали всего на 3%.

### Если говорить об обслуживании в самих санаториях: очереди на процедуры, плохой сервис — все это в невозвратном прошлом?

Когда в «Профкурорт» пришла новая молодая команда, первое, что мы сделали — установили программное обеспечение во всех наших санаториях. Ни у одного из наших туроператоров нет реального онлайн, а у нас есть. Что я имею в виду? У конкурентов — «просто онлайн»: это когда команда специалистов выезжает на объект, выкупает блоки мест и вводит в свою систему бронирования, и уже там их распродают. У нас же любое агентство в любом городе может забронировать номер в санатории, и это сразу отображается и в общей системе «Профкурорта», и в том санатории, где сделана бронь. Так же легко сделать аннуляции, замены. Весь этот процесс автоматизирован, мы вовлекли сюда крупных операторов, таких как «Интурист», «Алеан».

Но вернемся к логистике: это программное обеспечение служит и для внутреннего управления в санаториях: для правильного распределения потоков клиентов, для контроля нагрузок врачей, для учета продуктов. Предусмотрена возможность хранения данных об истории болезни наших клиен-

тов — при этом эти данные очень хорошо защищены, с учетом всех требований законодательства. Так что мы все делаем, чтобы обслуживание в наших здравницах было на уровне.

#### Марина, назовите, пожалуйста, флагманов спроса.

Санатории Белокурихи очень популярны, там всего 4 тысячи мест. Сейчас там строится новый курорт, а пока спрос на Белокуриху превышает предложение. На мой же взгляд, Кавминводы не уступают алтайскому курорту по лечебным факторам, медицинской базе, да и добираться до курортов Ставропольского края проще и легче. Сейчас все больше желающих пройти на курортах полную диспансеризацию, сделать качественную диагностику. Это, конечно, дополнительная услуга за дополнительные деньги. В Сочи она стоит немного дешевле, чем в Москве, например, а вот в Кавминводах — значительно дешевле.

У нас, кстати, очень много благодарностей от клиентов, которым диагностика в наших здравницах помогла на ранних стадиях выявить опасные заболевания и полностью избавиться от этих болезней.

#### Какие самые яркие нововведения, успешные новые программы вы хотели бы отметить?

Отмечу программу «Релакс» санатория «Эльбрус». Она предназначена людям, перегруженным на работе, которым

нужно отдохнуть от стресса и восстановиться, она недорогая, так как не насыщена большим количеством процедур. Но при этом специалисты — психотерапевты, неврологи — работают с клиентом и выясняют, нет ли у него еще каких-либо более серьезных заболеваний нервной системы.

Обращу внимание на очень интересные программы по гинекологии, которые предлагают санаторий им. Лермонтова и «Родник» в Пятигорске, там присутствует такой лечебный фактор, как природный радон.

В Железноводске очень успешные программы по мужскому здоровью, отмечу санаторий «30 лет Победы» с великолепной лечебной базой и санаторий им. Кирова — там VIP-клиенты, которым подбирают индивидуальный план лечения.

В санатории им. Лермонтова очень успешно проходит новая программа реабилитации после операции по замене сустава — таких вмешательств сейчас проводится очень много и наши врачи умеют быстро поставить на ноги — в прямом смысле — людей после такой операции.

Словом, каждый год наши врачи вводят программы, которые реально помогают. И чем больше я работаю в этом бизнесе, тем лучше понимаю: каждый человек должен выкраивать хотя бы часть отпуска для того, чтобы заняться своим здоровьем. **ТБ**

Беседовала Элеонора Арефьева

## Отдых: отражение туротрасли

Ключевое осеннее событие для российского турбизнеса — Международный форум-выставка по туризму ОТДЫХ — пройдет 11–13 сентября 2018 года в ЦВК «Экспоцентр».

Уже сейчас можно с уверенностью сказать — увеличение в 2017 году общего количества экспонентов на 28% — не предел. Появляются новые участники, а те, которые были представлены на ОТДЫХ 2017 впервые, планируют продолжить свою работу на площадке и в этом году. Свои масштабы увеличит экспозиция Латинской Америки, в частности Доминиканская Республика сможет принять на своем стенде еще больше гостей.

На форуме-выставке 2017 года был отмечен небывалый всплеск интереса к регионам России. Если в прошлом году отечественная экспозиция расширилась на 33%, то в 2018 году ожидается еще больший рост числа региональных экспонентов.

Пополнившись новыми участниками, продолжают свою работу тематические разделы форума-выставки: ОТДЫКН Medical tourism, SPA & health, ОТДЫКН Travel Technology, ОТДЫКН MICE, ОТДЫКН Gourmet & Wine travel, экспозиции промышленного туризма и круизных операторов, а также



впервые опробованный в прошлом году и вызвавший колоссальный интерес гостей объединенный блок музеев.

Повестка конференций и секций деловой программы будет формироваться вокруг основных актуальных направлений отрасли: государственные и частные формы поддержки в туризме, маркетинг территорий и национальный брендинг России, сельский и агротуризм, детский и молодежный туризм, гостиничный бизнес, космический туризм и т.д.

Больше информации — на официальном сайте 24-го Международного форума-выставки по туризму ОТДЫХ:

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

# «На флагмане без всякой визы по Волге я плыву в круизе...»



Ровно год назад руководители «Мостурфлота», одного из безусловных российских лидеров речных круизов, сообщили нашему журналу, что их сегмент туристического бизнеса пошел в рост. Заместитель генерального директора компании СВЕТЛАНА ГОНЧАРОВА и сейчас, накануне грядущего сезона, настроена оптимистично и конструктивно.

или Ярославского планетария. Побывать на таких встречах, услышать рассказы очевидцев, увидеть фото- и видеосъемки из космоса стремятся почти все туристы.

Или «Энокруз» — это про вино. На борт приглашаются сомелье, о вине не только рассказывают, но и дают возможность дегустировать разные сорта. Это входит в стоимость тура, и туристы с удовольствием ходят на такие программы. Их бывает в навигацию несколько, и вина мы выбираем разные — крымские, французские, итальянские. Еще одна хорошо показавшая себя тема — «Чайные церемонии мира». Один день посвящен, например, японскому чаепитию, второй день — русскому, третий — английскому и т.д.

«Гвоздем» нынешнего года должны стать фотокруизы. Сейчас ведутся переговоры с очень известным фотографом, чьи работы занимают первые места в мире. В ходе фотокруиза будут проводиться мастер-классы от гуру фотографии и появится максимум возможностей, чтобы сделать необычную, неповторимую фотографию.

Однако темы темами, а в этом году на наших судах будет действовать особая система организации программ. Созданы женский, мужской, подростковый, или тинейджерский, а также детский клубы. Скажу о подростковом: для тинейджеров выделяется специальный сотрудник, который организует всевозможные программы, в том числе интерактивные, скажем, поиски клада — и на борту, и на берегу. Или ребята снимают фильм о работе турбригады на теплоходе, слегка пародируя всех, от капитана до аниматора. Это уже делалось, и восторг был всеобщим.

## Какие изменения претерпели ваши замечательные «плавсредства»?

Мы прекрасно понимаем: время меняется, спрос у людей склоняется к комфортабельному размещению, как в отеле. И наши

## Тренд сохранился?

Динамика спроса до сих пор идет вверх. По отдельным теплоходам он доходит до 80%. Кроме этого, увеличена глубина продаж. На наш рынок сильно влияет общий уровень жизни, так что можно делать определенные выводы.

## Следовательно, вы готовитесь принять вызов?

Да, и наш «речной» конек — тематические программы. Прежде всего, уже ставшее знаменитым «Звездное небо круиза». Мы предложили эту тему два или даже три года назад. Заключается она в том, что, находясь на борту теплохода, наши туристы имеют возможность встретиться с космонавтами, как Героями Советского Союза прошлых лет, так и с действующими, которые до сих пор летают в космос. Поговорить с учеными из Звездного городка, из Московского

теплоходы понемногу превращаются в плавучие отели. Компания неустанно модернизирует обустройство самих теплоходов, стремясь к классу «люкс». В свое время примерно на 70% была модернизирована «Княжна Виктория», практически все каюты этого теплохода получили индивидуальный балкон, что очень понравилось туристам. На борту появился лифт, соединяющий палубы. Потом был повышен класс «Александра Грина». В итоге эти два теплохода стали лучшими на российском рынке. Программа продолжается: на «Николае Карамзине» строится спа-салон и фитнес-зал. В навигацию нынешнего года последний из теплоходов, оставшийся не переоборудованным, — «Сергей Образцов» — выйдет полностью обновленным.

Но самым ожидаемым событием остается спуск на воду теплохода «река-море» PV300VD «Петр Великий», запланированный на весну 2019 года. У него будут совершенно необычные и замечательные круизы, которые уже разрабатываются — по Каспийскому морю с заходом в порты всех пяти прикаспийских государств: Азербайджана, Ирана, Туркменистана, России (Дагестан), Казахстана. И еще мы наконец-то вспомним, что Москва — порт пяти морей: из Каспийского моря «Петр Великий» пройдет через Азовское в Черное море. Вполне возможно, что продажи на эти программы начнутся уже в нынешнем году.

#### Есть ли какая-то совершенная новинка в новом сезоне?

С этого года в расписании — Старая Ладога, город на Волхове, реке, которая ведет к Великому Новгороду и впадает в Ладожское озеро. Старая Ладога знаменита тем, что оспаривает с Великим Новгородом первенство — кто был первой столицей Древней Руси. Там сохранилась крепость XII века. Новый причал дал возможность заходить туда теплоходам любого проекта, и это действительно большая новость.

#### Какова судьба проекта, который вы называли «первым речным лоукостером»?

Идея состояла в том, чтобы турист мог приобретать только то питание, которое считает нужным, а также самостоятельно составлять программу экскурсий, которые его интересуют, то есть делать свое путешествие, как принято говорить, более бюджетным. Главным элементом на борту было кафе типа «фри фло», где можно было выбрать ровно столько еды, сколько было необходимо.

Успех проекта превзошел наши ожидания. Мы получили очень много новых туристов. К сожалению, теплоход, который работал как лоукостер, ушел на иностранный рынок, но мы внесли элементы данного проекта на два других судна — «Николай Карамзин» и «Иван Андреевич Крылов». Развитием этой же идеи стало появление на нашем сайте «Конструктора круизов». Он поможет туристу создать свой идеальный пакет из тех элементов, которые ему по душе и по карману.

#### Что вы скажете своим агентам? Они обеспечивают вам, насколько известно, до 30% продаж?

Для агентств сохраняются комфортные условия, удобные и для работы агентов с клиентами. Речь идет о возможности предоплаты, когда агентство или клиент могут внести 50% стоимости круиза, а оставшуюся половину доплатить за месяц до его начала. Агентская комиссия — не менее 10%. Для сегодняшнего туристического рынка это хорошо, потому что многие агентства получают от операторов восемь, а иногда и пять процентов.

Стараемся держать агентства в хорошем информационном тоне. Для этого проводим дни открытых дверей каждого теплохода. Иногда мы приглашаем сотрудников агентств отправиться вместе с туристами на борту теплохода до первой остановки. Через несколько часов они выходят на берег и возвращаются на автобусе. То есть агенты проводят некоторое время в реальном круизе, видят, какие программы начались на борту теплохода. Это передает атмосферу круиза лучше, чем что бы то ни было.

#### Чем мы закончим нашу беседу?

Скажем, что речные круизы — превосходная альтернатива любым другим видам отдыха, включая заграничный. Это прекрасный отдых для людей старшего поколения — только выйдя из дома, мы уже отправляемся путешествовать. Для подростков и детей — отличная возможность знакомиться с историей нашей страны. Никакого языкового барьера, никаких проблем с медициной. И напомним: максимальная забота о туристе. [ТБ](#)

Беседовал Геннадий Габриэлян

Теплоход «Николай Карамзин» скоро превратится в плавучий отель класса «люкс» — с индивидуальными балконами, спа-салонном и фитнес-залом



**«СКО ФНПР «Профкурорт»**



**ОЛЬГА ИСАЕВА, ИРИНА РОМАНЕНКО, СВЕТЛАНА КОРНИЕНКО, АННА ЛЕОНОВА**

«ПРОФКУРОРТ» — специализированный туроператор по санаторно-курортному лечению и оздоровительному отдыху в санаториях и пансионатах Кавказских Минеральных Вод, Черноморского побережья, Средней полосы и других курортов России. На сегодняшний день это крупнейшая сеть, объединяющая более 300 здравниц Российской Федерации — от Дальнего Востока до Калининградской области. Все предлагаемые здравницы отличает высокий уровень медицинского обслуживания, комфортные условия проживания, качественное питание и высококвалифицированное профилактическое обследование.

Приглашаем вас посетить наши семинары и workshop, где вы сможете проконсультироваться, получить интересующую вас информацию и обсудить условия сотрудничества.

**«Ривьера-Сочи»,  
туроператор**



**ОЛЬГА СУББОТИНА, заместитель директора**

Опытный туроператор поможет организовать лучший отдых в Сочи:

- на рынке с 1999 года;
- бронирование и оплата в онлайн 24/7 из большой базы отелей от 1 до 5\*;
- выгодные предложения оздоровительного отдыха по программе «За здоровьем — в Сочи!»;
- трансферы, экскурсии, гастрономические туры;
- городской call-центр по бронированию малых средств размещения;
- бонусная программа для турагентств.

**Туристическая компания  
«СОЛВЕКС»**



**СЕРГЕЙ ГАЛКИН, ведущий менеджер**

**СВЕТЛАНА КУЛИКОВА, заместитель генерального директора**

Туристическая компания «Солвекс» образована в 1993 году. Все эти годы мы являемся одним из ведущих туроператоров по Болгарии. Также много лет приоритетными направлениями для нас являются туры по России, отдых и оздоровление в Абхазии, Беларуси, Армении, Узбекистане, Грузии, странах Балтии. Кроме этого, компания «Солвекс» занимается реализацией пакетных туров по Греции, Кипру, Израилю, Юго-Восточной Азии, Индии, Словакии, Финляндии, Венгрии. Мы — команда профессионалов с большим опытом, и делаем свою работу качественно.

Приглашаем принять участие в познавательных семинарах, посвященных летнему продукту, а также посетить нас на workshop, чтобы получить свежие каталоги и задать интересующие вас вопросы.

**Турфирма «Машук»  
(Пятигорск)**



**ЛАДА ВЫСОЦКАЯ, директор компании**

Турфирма «Машук» — туроператор по Югу России. Основная деятельность компании — однодневные экскурсии и многодневные туры по городам Кавказских Минеральных Вод, по всем республикам Северного Кавказа и прием на КМВ.

Специалисты компании — научные сотрудники, члены Русского географического общества, экскурсоводы и методисты — регулярно разрабатывают новые экскурсионные маршруты.

Приглашаем вас на встречу с директором турфирмы «Машук» Ладой Высоцкой. Вас ждет интересный рассказ о Кавказе и возможность обсудить условия сотрудничества с нашей компанией.

**Maxima Hotels**



**ЕКАТЕРИНА РЕУКОВА, руководитель отдела маркетинга**

Maxima Hotels — это пять отелей бизнес-класса в Москве и Подмосковье: «Максима Заря Отель», «Максима Ирбис Отель», «Максима Славия Отель», «Максима Панорама Отель» и «Максима Парк Отель».

Maxima Hotels предлагают своим гостям не только проживание в комфортных номерах, но и отдых в оздоровительных центрах, ресторанах и кафе и проведение деловых мероприятий и конференций.

Заклучив с нами договор, вы сможете пользоваться особыми привилегиями.

Приглашаем на workshop «Турбизнес», где мы презентуем нашу сеть отелей и расскажем о преимуществах работы с нами.

**ГК «Кандагар»**



**ЕЛЕНА РОМАНОВА, эксперт ГК «Кандагар»**

Основные направления ГК «Кандагар» — курорты Крыма, Краснодарского края, Кавказских Минеральных Вод, экскурсионные маршруты по Крыму, Москве, Санкт-Петербургу, Золотому кольцу и другим российским регионам, отдых в Абхазии, Беларуси, Украине, Грузии, Азербайджане и Армении.

С 2018 года запущена мотивационная программа для менеджеров, лучшие продавцы получат бесплатные путевки в Крым на двоих! Действует бонусная накопительная система!

**«Водоходъ»**



**НАДЕЖДА КОБЯКОВА, начальник отдела внутреннего туризма (Санкт-Петербург)**

**ВАЛЕНТИНА САРАНЦЕВА, начальник отдела внутреннего туризма (Самара)**

**СВЕТЛАНА ТУРЫГИНА, начальник отдела внутреннего туризма (Нижний Новгород)**

Судоходная компания «Водоходъ» — крупнейший оператор речных круизов в России. Для любителей водных путешествий предлагается широкий спектр туров длительностью от 2 до 25 дней и вариативностью более 500 круизных маршрутов, охватывающих почти всю европейскую часть страны.

В управлении компании — 27 четырехпалубных комфортабельных круизных теплоходов, а также прогулочный и скоростной флот. На борту наших теплоходов мы ежегодно принимаем более ста тысяч российских и иностранных туристов.

До встречи на workshop «Турбизнес»!

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

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

## КАЛЕНДАРЬ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» ВЕСНА 2018

МАРТ	06	МАХАЧКАЛА
МАРТ	19–23	ПЯТИГОРСК → СТАВРОПОЛЬ → КРАСНОДАР → РОСТОВ-НА-ДОНУ → ВОЛГОГРАД
МАРТ	27–30	Н.НОВГОРОД → КАЗАНЬ → САМАРА → УФА → ИЖЕВСК
	02–06	АПРЕЛЬ ПЕРМЬ → ЕКАТЕРИНБУРГ → ЧЕЛЯБИНСК → ТЮМЕНЬ → ОМСК
	09–12	АПРЕЛЬ КУРСК → БЕЛГОРОД → ВОРОНЕЖ → ЛИПЕЦК
	12	АПРЕЛЬ МОСКВА «ПУТЕШЕСТВИЕ ЗА ЗДОРОВЬЕМ»*
	12–13	АПРЕЛЬ КАРАГАНДА → АСТАНА
	16–20	АПРЕЛЬ ВЛАДИМИР → ИВАНОВО → КОСТРОМА → ЯРОСЛАВЛЬ → ВОЛОГДА
	23–26	АПРЕЛЬ ТУЛА → КАЛУГА → БРЯНСК → СМОЛЕНСК
	27	АПРЕЛЬ МИНСК
МАЙ	11	БАКУ
МАЙ	15	БИШКЕК

\*Информация об участии — [www.health-workshop.ru](http://www.health-workshop.ru)

### СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

РЕГИОНЫ РФ: 19 000 руб. (1 город)

СНГ: 30 000 руб. (1 город)

для российских компаний.

### В СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ ВХОДЯТ:

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

ИСПАНИЯ —  
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



### ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРЕДЛАГАЕМ:

- организацию мастер-классов

<b>Россия:</b>	<b>СНГ:</b>
20 мин. — 6 000 руб.,	20 мин. — 10 000 руб.,
30 мин. — 9 000 руб.,	30 мин. — 12 000 руб.,
40 мин. — 12 000 руб.	40 мин. — 20 000 руб.

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

### БОНУС УЧАСТНИКАМ:

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

- Возможно незначительное изменение в порядке городов и датах проведения.

- Скидки на участие предоставляются индивидуально, в зависимости от количества забронированных городов.

- При самостоятельной доставке каталогов в города проведения workshop разгрузка и погрузка к рабочему месту оплачивается дополнительно!

### ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

(495) 723-72-72,  
wshotels@tourbus.ru,  
[www.tb-workshop.ru](http://www.tb-workshop.ru),  
[www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru),  
[www.idtourbus.ru](http://www.idtourbus.ru)

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

Людмила Сивова  
Кристина Сивова / [k.sivova@tb-workshop.ru](mailto:k.sivova@tb-workshop.ru)  
Виктория Перова / [perova@tb-workshop.ru](mailto:perova@tb-workshop.ru)  
Валерия Лукутина / [wshotels@tourbus.ru](mailto:wshotels@tourbus.ru)  
Илья Плясунов / [i.plyasunov@tb-workshop.ru](mailto:i.plyasunov@tb-workshop.ru)



ЗА 19 ЛЕТ ИД "ТУРБИЗНЕС" ПРОВЕДЕНО СВЫШЕ 600 WORKSHOP В 70 ГОРОДАХ РОССИИ, СТРАН СНГ, ЕВРОПЫ И АЗИИ

# Пристегнулись? Полетели!

В 2018 году авиакомпании России и зарубежные перевозчики готовятся значительно расширить маршрутную сеть, предложив пассажирам целый набор новых направлений. И прибавка случится как внутри страны, так и на заграничных маршрутах.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

**Н**амерение расширяться базируется на итогах 2017-го. По данным Росавиации, в прошлом году российские перевозчики обслужили более 105 млн пассажиров: их число внутри страны увеличилось на 10,9%, а на международных воздушных линиях — на 32,1%. Подросла и занятость кресел (на 1,9% до величины 83%).

Крупные перевозчики оказались в тренде. «Аэрофлот — российские авиалинии», к примеру, в 2017-м обслужил более 32,8 млн пассажиров (+13,3%). «Россия» — 11,1 млн (+37,7%). S7 — 9,9 млн (+4,9%). «Уральские авиалинии» — 7,9 млн (+23,7%). А Utair — 7,3 млн пассажиров (+9,6%). Не отстают и чартерные перевозчики, прибавившие как минимум 25%. В частности, Royal Flight увеличила объемы на 50,8% (1,5 млн), а Nord wind — почти вдвое (+98,4%) до 3,55 млн пассажиров.

## ГРОМАДЬЕ ПЛАНОВ

С учетом возрастающего интереса пассажиров к полетам, в 2018-м российские перевозчики сверстали расширенные планы на перевозку.

### S7 AIRLINES

«В 2017 году количество выполненных S7 Airlines рейсов превысило 100 тыс. и возросло на 8,7%. Считаем это отличным результатом, — говорит коммерческий директор S7 Group Игорь Веретенников. — Первой среди российских авиакомпаний она получила в парк современные лайнеры Airbus A320neo и Embraer 170, что позволило нам предложить пассажирам новые направления для путешествий».

Например, под занавес 2017-го перевозчик открыл из Петербурга сразу несколько маршрутов в Западную Европу (в Зальцбург, Инсбрук, Верону, Турин и Лион). «В 2018 году S7 Airlines продолжит активно расширять географию полетов из Петербурга как по международным, так и по внутренним направлениям», — констатируют в пресс-службе перевозчика.

Какие новые прямые регулярные рейсы откроет S7 Airlines? Из Москвы перевозчик полетит на Тенерифе (с 26 апреля), в Ольбью (со 2 июня), в Кальяри (с 3 июня), в Рейкьявик (с 9 июня) и в Бари (с 24 июня 2018 года). Из Петербурга авиакомпания откроет

новые прямые регулярные рейсы в Барселону (с 27 апреля), в Аликанте (с 28 апреля), в Пизу (с 30 апреля), в Пулу (с 27 мая), в Копенгаген (со 2 июня) и в Стокгольм (с 3 июня).

### ГРУППА КОМПАНИЙ «АЭРОФЛОТ»

В этой группе компаний (кроме «Аэрофлота» в число ведущих в РФ входят также «Россия» и «Победа») основным драйвером расширения маршрутной сети продолжает оставаться лоукостер.

В летнем сезоне 2018 года «Победа» планирует обслуживать около 80 направлений (летом 2017-го — 58), причем карта полетов расширится как из Москвы (до 44 направлений),

так и из регионов. В частности, из петербургского Пулково в новом летнем сезоне планируется обслуживать не менее 15 направлений (летом 2017 года — 7). Это напрямую связано с увеличением флота перевозчика, который к лету 2018-го возрастет на 60% и достигнет 20 Boeing 737-800.

В авиакомпаниях «Аэрофлот» и «Россия» уже заявили об открытии новых рейсов в Верону и Неаполь из Шереметьево и в Лондон из Пулково. При этом «Россия» в 2018 году намерена увеличить флот на пять широкофюзеляжных самолетов Boeing 777. Вместе с тем, по сообщению Росавиации, «Аэрофлот» запросил допуск на выполнение до семи рейсов в неделю из Петербурга в Лондон. «Россия», в свою очередь, ожидает допуск на чартеры из Москвы и Петербурга в Бургас и Варну, а также из Петербурга и Екатеринбурга в Барселону. «Победа» хочет организовать регулярные рейсы из Москвы в Варну и Берлин, из Краснодара в Тбилиси и из Ростова-на-Дону в Батуми. Кроме того, она намерена поднять чартер из Москвы в Бордо с 1 апреля по 27 октября (40 рейсов, два раза в неделю).

Что касается уже полученных лоукостером зарубежных допусков, то из Пулково в летний период он намерен летать в Тбилиси, Пизу, Жирону и Кельн.

### UTAIR

В рамках выставки NAIS-2018 президент компании «Utair — Пассажирские перевозки» Павел Пермяков заявил о желании создать пояс региональных перевозок от юга России до Сибири.



«Основная модель, которую мы выбрали, — создание мини-хабов, с помощью которых пассажиры смогут значительно расширить возможности для полетов в регионы. Авиация должна превратиться из предмета роскоши в повседневный транспорт, — подчеркнул он. — В 2018 году Utair планирует создание стыковочных узлов на Юге и на Кавказе, пакетное развитие прямого сообщения городов РФ с югом России, а также авиасообщения из Калуги и в ХМАО». По его словам, в долгосрочной перспективе это приведет к созданию единого транспортного коридора Сибирь — Поволжье — Юг. Самым активным образом Utair рассчитывает использовать новый аэропорт в Калуге, намереваясь через хаб во Внуково соединить его со всей Россией.

### «УРАЛЬСКИЕ АВИАЛИНИИ»

Занявшая по итогам прошлого года 4-е место в стране по объемам перевозок авиакомпания в 2018 году не осталась в стороне от тенденции и тоже открывает новые рейсы и направления.

По сообщению перевозчика, уже начались полеты по маршрутам из Москвы в Тюмень и Варшаву, а с 25 марта авиакомпания начинает летать из аэропорта Шереметьево по направлениям Екатеринбург — Москва, Москва — Сочи и Москва — Симферополь. Кроме того, с 26 марта планируется открыть полеты из Петербурга во Франкфурт-на-Майне, а 7 апреля стартует новый международный рейс «Уральских авиалиний» Москва (Домодедово) — Болонья.

### ЗАРУБЕЖНЫЕ ПЕРЕВОЗЧИКИ

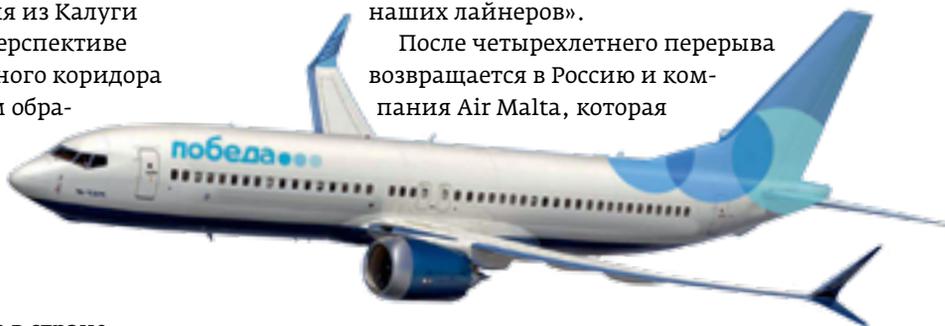
Нынешняя весна богата на авиановинки — авиакомпания Air Arabia открывает рейс в Шарджу, а лоукостеры Cobalt Air — в Ларнаку и Мадрид соответственно.

Дрезден станет шестым пунктом назначения в Германии в маршрутной сети аэропорта Пулково: полеты

по этому направлению планирует начать авиакомпания Germania с 27 апреля.

Как заявила по этому поводу Светлана Малюк, менеджер Germania по России, «мы готовы активно сотрудничать с представителями туристического бизнеса и поэтому у компании имеется целый набор тарифов, которые могут быть использованы при организации путешествий с помощью наших лайнеров».

После четырехлетнего перерыва возвращается в Россию и компания Air Malta, которая



с 29 марта станет летать из Петербурга в Валлетту по четвергам и воскресеньям. Еще одним новичком для Петербурга станет в этом сезоне и турецкая Onur Air, которая намерена организовать перевозку по маршруту в Аланью.

### В ПОЛЬЗУ РЕГУЛЯРКИ

Главный тренд в организации «туристической» перевозки последнего времени — постепенная замена чартеров регулярными рейсами. Так, по данным сервиса OnlineTur.ru, доля последних в турпакетах за последние шесть лет выросла более чем в два раза и в 2017-м превысила 52%.

В некоторых туроператорских компаниях объем регулярной перевозки еще выше. В частности, генеральный директор «Интуриста» Виктор Тополкараев недавно заявил, что в общем объеме перевозки компании этим летом она составит около 70%. В целом по стране, по мнению экспертов, доля регулярной перевозки в составе турпакетов в этом сезоне вырастет до 60%. **ТБ**

## ЗАРУБЕЖНЫЕ НОВИНКИ ВЕСЕННЕ-ЛЕТНЕГО СЕЗОНА 2018 ГОДА



S7 Airlines

Москва — Тенерифе  
Москва — Ольбия  
Москва — Кальяри  
Москва — Рейкьявик  
Москва — Бари  
С.-Петербург — Барселона  
С.-Петербург — Аликанте  
С.-Петербург — Пиза  
С.-Петербург — Пула  
С.-Петербург — Копенгаген  
С.-Петербург — Стокгольм

«Россия»

С.-Петербург — Лондон

«Победа»

С.-Петербург — Кёльн  
С.-Петербург — Пиза  
Москва — Карловы Вары  
С.-Петербург — Гюмри  
С.-Петербург — Жирона  
С.-Петербург — Тбилиси

«Уральские авиалинии»

Москва — Варшава  
С.-Петербург — Франкфурт  
Москва — Болонья

Air Arabia

Москва — Шарджа

Air Europa

Москва — Мадрид

Cobalt Air

Москва — Ларнака

Germania

С.-Петербург — Дрезден

Onur Air

С.-Петербург — Аланья

Air Malta

С.-Петербург — Валлетта

«Аэрофлот»

Москва — Неаполь  
Москва — Верона



# Большой футбол. Время забивать номера

До старта чемпионата мира по футболу остается три месяца. Инвесторы откликнулись на это событие: во всех 11 городах, принимающих чемпионат, появились новые объекты, в том числе гостиничные. Россия выполняет требования ФИФА, касающиеся подготовки к чемпионату. Теперь осталось самое главное — достойно принять гостей.

ТЕКСТ ЭЛЕОНОРА АРЕФЬЕВА

## СТРОИЛИ И ПОСТРОИЛИ

Города, в которых пройдут матчи ЧМ-2018, стали лидерами по вводу новых гостиниц. Больше всего новых номеров введено в Москве и Подмосковье.

Так, по данным компании JLL, только в прошлом году в Москве и области были открыты брендовые гостиницы совокупно на 1,9 тысячи номеров, в том числе «Azimut Смоленская» (474 номера), «Hyatt Regency Петровский Парк» (298 номеров), «Hilton Garden Inn Красносельская» (292 номера), первый Holiday Inn Express в Москве — «Holiday Inn Express Павелецкая» (243 номера), а также новый брендовый курорт в Подмосковье — «Tulip Inn Софрино Парк» на 119 номеров. В результате качественный гостиничный фонд в городе достиг 31 тысячи номеров.

На 2018 год в столице и области заявлено еще 2,1 тысячи номеров.

Так, уже в январе открылся ibis около аэропорта Домодедово. На текущий год заявлены первые брендовые отели в зоне аэропорта Внуково — Double Tree by Hilton и Four Points by Sheraton, первый Pentahotel на Новом Арбате в «доме-книжке» Capital Group. Крупнейшими новыми объектами должны стать Crowne Plaza в рамках многофункционального проекта «Парк Хуамин» и Radisson Blu на Олимпийском проспекте — на 340 номеров каждый.

В Санкт-Петербурге в 2017 году начали работу два брендовых отеля на 388 номеров — Hilton St. Petersburg Exroforum и Lotte St. Petersburg. На 2018 год здесь пока заявлен только один объект, отрадно, что он относится к эконом-сегменту, который, как предполагается, будет наиболее востребован болельщиками, — это Holiday Inn Express на Садовой на 244 номера. Сегодня качественный гостиничный рынок в городе составляет чуть менее 10 тысяч номеров.

Впрочем, по объему номерного фонда обе российские столицы отвечали требованиям ФИФА уже к тому моменту, когда Россия получила право проводить чемпионат.

Открывались и готовятся к открытию гостиницы и на других региональных рынках.

В Екатеринбурге, городе, где качественный номерной фонд активно вводился в эксплуатацию еще со времен подготовки к саммиту ШОС в 2009 году, продолжают открываться новые отели. Так, в 2015 году гостей стал принимать Doubletree by Hilton (141 номер), готовится к открытию Ramada Encore (214 номеров).

Три отеля заявлены к открытию в Калининграде в 2018 году: Mercure (162 номера), Domina (166 номеров), Holiday Inn (125 номеров).

В курортном городе и области и до подготовки к мундиалу была довольно обширная гостиничная база. По данным областной администрации, в регионе в 2016 году насчитывалось 197 объектов размещения, многие отели и санатории Калининграда и области перед чемпионатом мира были реновированы.

С Сочи ситуация еще более благоприятная: большой пул новых гостиниц вышел на рынок к Олимпиаде-2014. Тем не менее в городе продолжают открываться новые средства размещения: до чемпионата мира должен вступить в эксплуатацию отель Courtyard by Marriott (345 номеров).

В Саранске в прошлом году также открылся отель под международным брендом — Four Points by Sheraton (159 номеров), в этом году планируется к открытию гостиница Mercure (115 номеров). В 2014 году в городе стал работать отель «Адмирал» под управлением российской компании «Альянс отель менеджмент». Кроме того, по данным OneTwoTrip, столица Мордовии предлагает путешественникам 730 вариантов апартаментов, рассчитанных почти на 3,2 тысячи арендаторов.

По этим параметрам Саранск всего на 20% отстает от Москвы при несоизмеримости туристических потоков. Объяснение кроется как раз в подготовке к чемпионату мира по футболу. Номерной фонд Саранска — самый скромный среди принимающих мероприятий городов. По данным Росстата за 2016 год, в средствах размещения Саранска —



**ОДЫХ**  
LEISURE

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

ufi  
Approved  
Event

ПЛАНИРУЕМ ЛЕТО  
ОСЕНЬЮ!

*We*



*Leisure*

0+  
Реклама

**ОДЫХ** МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
РОССИЙСКИЙ  
ТУРИСТСКИЙ  
ФОРУМ

Home of Tourism

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

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

**ОДЫХ**  
MICE

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

**ОДЫХ**  
GOURMET & WINE TRAVEL

14-я Международная  
выставка эксклюзивного и  
вино-гастрономического  
туризма

**ОДЫХ**  
SPA & HEALTH

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

**ОДЫХ**  
TRAVEL TECHNOLOGY

Международная  
экспозиция  
Travel Technology

При поддержке



Под патронажем

Организатор:

МОСКВА РОССИЯ  
ЕВРОЭКСПО



VIENNA AUSTRIA  
EUROEXPO  
Exhibitions and Congress Development GmbH



2,2 тысячи мест. Понимая, что их недостаточно для обеспечения спроса, в борьбу за болельщиков включились собственники квартир, чьи предложения по емкости в итоге превысили возможности классических средств размещения.

В Самаре в этом году откроется отель Lotte (195 номеров).

Целое созвездие отелей с глобальными брендами появилось в преддверии чемпионата в Нижнем Новгороде: Hampton by Hilton (148 номеров), Courtyard by Marriott (150 номеров), Sheraton (176 номеров).

Аналогичная ситуация и в Ростове-на-Дону, городе, который до недавнего времени не мог похвастаться отелями под международными брендами. За последние два года в Ростове-на-Дону открылись отель Ramada (92 номера), Radisson Blu (81 номер), перед чемпионатом планируется ввести в эксплуатацию Hyatt Regency (188 номеров) и Courtyard by Marriott (200 номеров).

В Волгограде тоже появились крупные объекты международного уровня — это Park Inn (149 номеров) и Hilton Garden Inn (158 номеров).

В Казани в последние годы брендовые отели не открывались, но рынок столицы Татарстана активно пополнялся новыми гостиницами перед другими крупными мероприятиями — главным образом перед проведением Универсиады. Отелей в городе достаточно, чтобы разместить гостей любого крупного мероприятия международного уровня.

## О ПРИЯТНОМ И НЕ ОЧЕНЬ

Разумеется, отельеры уже готовятся к встрече гостей чемпионата. Своими планами с ТБ поделился Михаил Гитман, генеральный директор «AZIMUT Отель Смоленская Москва»:

«Безусловно, мы будем стараться учитывать все пожелания и традиции. Ожидаем гостей из стран Европы, Азии и Латинской Америки. В первую очередь наблюдается высокий спрос со стороны жителей стран, чьи команды проведут в Москве игры группового этапа чемпионата. Уже сейчас мы разрабатываем меню с блюдами различных национальных кухонь и тематические ужины. Также планируем предлагать нашим гостям специальные экскурсионные пакеты, для того чтобы болельщики получили удовольствие не только от матчей, но и смогли познакомиться с городом и оценить все достопримечательности нашей столицы».

Но не обходится и без проблем. Главное беспокойство вызывают цены. И наибольшее — цены в Петербурге. Ведь период белых ночей, на который приходится проведение чемпионата, — время, когда на отели города традиционно высокий спрос и соответствующая цена. Не прочь «задрать» тарифы отели и в других городах. Лана Клюева, руководитель отдела операционной деятельности компании «Матч Аккомодейшн 2018», которая отвечает за размещение на турнире, еще в ноябре, выступая на Hotel Business Forum, критиковала один из екатеринбургских отелей за сверхвысокие тарифы на период проведения ЧМ-2018. По ее словам, «last minute-потребности не бывает у гостей чемпионата», и это значит, что адекватные цены нужно выставлять сразу, а не отпускать их в последний момент, когда номера остались нераспроданными.

Эксперты утверждают, что чемпионат может принести всплеск туристического интереса к России. Наверное, это так, но в случае, если российское гостеприимство будет продемонстрировано в его лучших традициях, а не в образцах печальной памяти «ненавязчивого сервиса». **ТБ**

## НОВЫЕ БРЕНДИРОВАННЫЕ ОТЕЛИ В ГОРОДАХ ПРОВЕДЕНИЯ ЧМ-2018\*



### Москва

«Azimut Смоленская», «Hyatt Regency Петровский Парк», «Hilton Garden Inn Красносельская», «Holiday Inn Express Павелецкая» (243 номера), курорт «Tulip Inn Софрино Парк», ibis Домодедово. Заявлены к открытию: Double Tree by Hilton Внуково, Four Points by Sheraton Внуково, Pentahotel Новый Арбат, Crowne Plaza «Парк Хуамин» и Radisson Blu на Олимпийском пр.



### С.-Петербург

Hilton St. Petersburg Expoforum, Lotte St. Petersburg. Заявлен к открытию: Holiday Inn Express на Садовой



### Екатеринбург

Заявлен к открытию: Ramada Encore



### Калининград

Заявлены к открытию: Mercure, Domina, Holiday Inn



### Сочи

Заявлен к открытию: Courtyard by Marriott



### Саранск

Four Points by Sheraton. Заявлен к открытию: Mercure



### Самара

Заявлен к открытию: Lotte



### Нижний Новгород

Hampton by Hilton, Courtyard by Marriott, Sheraton



### Ростов-на-Дону

Ramada, Radisson Blu. Заявлены к открытию: Hyatt Regency и Courtyard by Marriott



### Волгоград

Park Inn, Hilton Garden Inn



### Казань

«Выполнила план» ФИФА по открытию новых отелей еще в 2014 г.

\* — в 2017–2018 гг.



## МОБИЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

**Продажа дополнительных услуг для большинства отелей составляет значительную часть выручки. Например, в курортных отелях продажа таких услуг, как SPA, обед или ужин в ресторане, прокат инвентаря, может составлять более 50% от всей выручки отеля.**

Мы убеждены, что самый важный фактор, влияющий на продажи дополнительных услуг в вашем отеле, — это мотивация персонала.

Но можно ли улучшить продажи дополнительных услуг, если у вас отличная и мотивированная команда?

Вот несколько рабочих рецептов, которые реально влияют на продажу доп.услуг:

- Информировать ваших гостей обо всех дополнительных услугах отеля максимально наглядно и информативно — с фотографиями, видео, (с хорошим описанием на понятном гостю языке, что особенно удобно для иностранных гостей).
- Дать гостям возможность легко заказать эту услугу — без заполнения бумаг, дозвола на ресепшен, или стояния в очереди.
- Оперативно доносить до ваших клиентов информацию о скидках, акциях и специальных предложениях.
- Персонализировать свои предложения, используя известную информацию о клиенте (цель поездки, возраст, пол, семейное положение, наличие детей и т.д.)

- Если у вашего отеля есть партнеры (магазины, экскурсионные компании, рестораны, медучреждение, такси и прочие) — предоставлять гостям информацию об их услугах и получать от партнеров комиссионные.

Работая напрямую с большим количеством европейских и американских отелей, компания Adapsys нашла эффективное решение для реализации этих рецептов.

Это решение «планшет в номер» на базе платформы Adapsys.

При заезде гостю выдается планшет с защищенным от взлома и сброса приложением, в котором можно наглядно показать каталог ваших услуг, дать гостю возможность легко их заказать, получить помощь от ресепшен, дать свою оценку отельным службам и многое другое.

В любой момент или по расписанию вы можете отправлять push-уведомления об акциях и скидках, продвигая недозагруженные сервисы и балансируя нагрузку на них.

Наша платформа Adapsys со встроенным конструктором приложений позволяет за несколько дней создать приложение с уникальным дизайном и функционалом, идеально подходящим для конкретно вашего отеля.

Решение Adapsys Hotel успешно работает в отелях Испании, Португалии, США, Таиланда и России.

**Свяжитесь с нами и мы расскажем, как решения Adapsys Hotel могут повысить эффективность продаж дополнительных услуг в вашем отеле.**

**РОССИЯ** (ОФИС В МОСКВЕ И КАЗАНИ)

+7 926 639 4911  
alexandr.kislov@adapsys.ru  
www.adapsys.ru

**ИСПАНИЯ** (ОФИС НА ТЕНЕРИФЕ)

+34 679 39 1209  
igor.antonov@adapsys.ru  
www.adapsys.travel



# HotelStar — новая звезда в созвездии «Випсервис»

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

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

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

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

**Как эволюционировал отельный бизнес в холдинге?**

Возможность бронирования гостиниц по конкурентным ценам была реализована



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

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

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

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

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

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

#### Что отличает HotelStar от конкурентов?

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

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

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

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

## ЧЕМ БУДЕТ ИНТЕРЕСЕН HOTELSTAR ПАРТНЕРАМ-СУБАГЕНТАМ



#### ИРИНА ВАСИЛЬЕВА,

ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА КОММЕРЧЕСКОЙ РАЗРАБОТКИ НАЗЕМНЫХ УСЛУГ ХОЛДИНГА «ВИПСЕРВИС»

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

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

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



## Будущее за нестандартными решениями

В прошлом году компания «АРТ-ТУР» отметила четвертьвековой юбилей. Секретами успеха, планами на будущее и прогнозами о развитии туристического рынка с читателями ТБ поделился генеральный директор компании ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ.

**В чем секрет вашего успешного долголетия на рынке?**  
 Главный наш секрет — в любви к своему делу, которая с годами только крепнет. Мы никогда не продаем то, что сами бы не купили. Не селим наших клиентов в отели, где не поселились бы сами.

Любой сотрудник, продающий то или иное направление, — эксперт в нем. Причем, как правило, эксперт с хорошим университетским образованием и опытом жизни в той или иной стране. Так, те, кто занимаются ОАЭ, неоднократно бывали в Эмиратах или жили там некоторое время. Специалисты по Латинской Америке и Юго-Восточной Азии владеют языками региона, знают и культуру, и обычаи этих стран. Коллеги, которые занимаются Африкой, знают континент буквально изнутри. Я горд отметить, что в этом департаменте работает моя дочь и продолжает наше семейное дело.

По роду деятельности мы консультируем агентов, которые могут быть в бизнесе не один десяток лет. Чтобы иметь на это право, мы обязаны быть экспертами, суперпрофессионалами в своей области.

Мы проверяем и посещаем каждый отель, который мы предлагаем клиентам. Те отели, которые продаются много, менеджеры стараются посещать регулярно, со временем какие-то вещи могут сильно измениться. Такой подход к делу обеспечил нам репутацию, клиенты знают, что к нашим советам стоит прислушиваться.

**Как далеко вы планируете свою работу и развитие?**

В нынешних условиях довольно сложно что-либо планировать, тем более в долгосрочной перспективе. У нас поступательное развитие, плавное движение вверх. Мне странно слышать, что новая компания, только что вышедшая на рынок, заявляет через год о 200% прибыли. Рост в 30–40% в сегменте люксы, где мы и трудимся, это очень хороший показатель. А нормальным я бы назвал рост в 15–20% в год.

Замечу, что в последнее время у нас стал активно развиваться сегмент MICE. По многим направлениям мы эксперты. И когда нужно организовать нечто нестандартное, необычное, например, в Дубае, мало кто лучше нас знает, где и как это лучше сделать. Мы можем организовать нео-

бычные инсентивы, скажем, в Камбоджу, Бразилию, на Маврикий. Другой аспект нашей MICE-деятельности — событийный спортивный туризм, на этапы «Формулы-1», на Уимблдон, на чемпионат мира по хоккею.

**Одной из основных тем на рынке в прошлом году было снижение агентской комиссии и конкуренция с онлайн-сервисами. Как вы к этому относитесь?**

Тема непростая, и у каждого, наверное, тут своя правда. У нас в этом плане нет особенных проблем. Иногда бывает, что отели, которые плодотворно с нами сотрудничают, дают специальные цены только для агентов «АРТ-ТУР», устраивая так называемый flash-sale. В этом случае мы комиссию агентам ограничиваем, но в любом случае они получают не менее 10%. Агентский хлеб очень непростой. Неправильно заработать условно 100 долларов, продав тур на 10 тысяч.

Мы, как туроператор, стараемся не работать с теми объектами, которые, «заигрывая» с конечным потребителем, дают им цены ниже, чем показывают агентам. Правда, в более-менее дорогом сегменте это происходит достаточно редко. Дело в том, что отелям интересно продать не только стандартные номера, но и дорогие люксы, и сделать это без помощи опытных турагентов довольно сложно.

**Каковы ваши принципы взаимодействия с агентствами?**

Мы уделяем этой работе много времени и внимания. В компании есть специальный отдел по взаимодействию с агентствами. Мы делаем много мероприятий для агентских сетей, это и goad-show два раза в год, весной и осенью, и презентации, и постоянное тесное общение. Для агентств у нас регулярно проходят семинары и вебинары, они могут принимать участие в фам-трипах и различных инсентивах.

Разумеется, мы стараемся держать цены на конкурентоспособном уровне. И с радостью хочу отметить, что со многими агентами за годы работы мы уже стали не просто партнерами, но и хорошими друзьями.

**Как вам кажется, что изменится на рынке с введением пресловутой электронной путевки?**

Ох, это большой вопрос. Есть гораздо более прозрачные методы регулирования рынка. Можно, например, стра-

ковать каждую путевку отдельно. Возможно, это позволит не вносить тройную плату за одно и то же в разные регулирующие фонды. Беда в том, что отрасль регулируется крайне неумело. Увы, люди, стоящие у руля, в большинстве не имеют опыта создания и ведения собственного бизнеса. Я рад, что постепенно рядом с ними появляются настоящие профессионалы, которые могут дать грамотные советы, и надеюсь, что однажды ситуация выправится.

#### **Каковы ваши прогнозы относительно развития рынка туризма в целом?**

В последнее время колоссальный рост показывает Дубай и в целом ОАЭ. Причем если раньше его можно было назвать зимним направлением, то теперь оно становится всесезонным. Связано это и с отменой виз, и с массой интересных мероприятий, которые там регулярно проходят. Поменяли сезонность и Мальдивы. Они тоже перестают быть исключительно зимним направлением. И дело тут, как ни странно, в цене. Летом, особенно в августе, стоимость перелета падает настолько, что становится дешевле полететь туда, чем куда-то на популярный европейский курорт. У отелей в это время тоже появляются более чем заманчивые предложения.

«АРТ-ТУР» является официальным представителем в России компании Le Boat — крупнейшей европейской компании по прокату речных судов, и такой отдых пользуется всё большей популярностью. Это дает возможность нестандартно посмотреть на кажущиеся привычными европейские города.

Мне кажется, стандартные туры в условную Турцию пакетом «все включено» вскоре окончательно уйдут в онлайн. Тут агент и не нужен, забронировать себе любимый отель и перелет совсем несложно. Агент нужен там, где необходимо планировать и конструировать маршрут, просчитывать логистику, искать нестандартные варианты.

Это же относится к круизам Le Boat, хоть Европа и кажется нам знакомой вдоль и поперек. На поверку оказывается, что агент лучше знает, как швартоваться, где купить еды, и даже иногда — как общаться с местным населением, а сам круиз может стать классным семейным тимбилдингом.

Перспектива за комбинированными турами в дальние страны. Людям все интереснее открывать для себя что-то новое или иначе смотреть на уже привычное, и это замечательно. Во Франции можно в энный раз поехать в Париж, а можно — в глубь страны, так, чтобы понять ее дух. От поездки в августе в Рим у вас останутся не самые приятные впечатления, а если вы уедете в Тоскану — влюбитесь на всю жизнь.

Будет продолжать расти сегмент МІСЕ. Стандартные корпоративы с выездом на пару дней в Подмоскowie уже сравнимы по цене с поездкой за границу, но совершенно несравнимы по впечатлениям от нее. Поверьте, перспектива интересных приключений в Камбодже или Омане — прекрасный мотиватор для хорошей работы.

#### **Каким образом вы подбираете, обучаете и мотивируете сотрудников?**

У нас большой золотой запас (смеется). На самом деле в компанию мы принимаем как в семью и очень людьми дорожим. Большинство работает у нас уже больше десяти лет,

при этом средний возраст коллектива примерно 35 лет. Своим сотрудникам я доверяю и делегирую полномочия. А они принимают и несут определенную ответственность за свою работу и делают ее на совесть. Людям ведь приятно знать, что им доверяют, и редко хочется это доверие обмануть. Вместе с тем я стараюсь адекватно оценивать вклад каждого в общее дело и соответствующим образом людей поощрять.

#### **Несколько лет подряд весной вы устраивали боулинг- и караоке-турниры. В этом году планируете?**

Конечно, турниры состоятся 18 марта в клубе «Самокат», как обычно. На одном этаже будет боулинг-турнир, на другом — караоке. Мы приветствуем, когда к нам приходят семьями, и для детей будет своя программа. Будем рады видеть представителей всей туристической — и туроператоров, и отелей, и авиакомпаний, и медиа. Уже давно это именно отраслевой ивент, а не только мероприятие компании «АРТ-ТУР».

#### **Оказался ли ваш пример здорового образа жизни заразительным для ваших коллег?**

Безусловно. Представьте — утром на следующий день после шумного и позднего празднования нашего юбилея мы встретились с коллегой — нашим директором по работе с агентствами Саматом Хадиуллиным на старте Московского марафона. К бегу я приохотил много своих друзей, а еще больше — к боулингу.

#### **Какая страна стала для вас открытием?**

В прошлом феврале мы были в Намибии — это потрясающая страна с удивительной природой. С одной стороны — красные дюны и белое дно высохшего океана, с другой — джунгли с дикими животными, в воде морские котики и альбатросы. Там абсолютно безопасно, могу сказать на своем опыте, поскольку мы на джипах проехали по всей стране. Интересно она нам помимо прочего еще и тем, что наша зима — это их лето. И, что немаловажно, страна не такая дорогая, как может казаться. Очень жаль, что она недооценена на нашем рынке и явно нуждается в активном продвижении. Намибия теперь есть в списке наших предложений.

#### **Где вы черпаете вдохновение для развития?**

В путешествиях. Интересная поездка — это и адреналин, и вдохновение, и желание жить. Я был в 101 стране мира, но еще в большем количестве мест не был — огромный простор для деятельности. Кстати, и там, где уже был, видел далеко не все. Мы получаем удовольствие от самого процесса работы, оттого, что открываем людям мир. Каждый день — что-то новое, клиенты дают интересные запросы. Вот недавно с одним из них по карте искали место, где он еще не был. Нашли, оказался Бруней, не самое заезженное направление, согласитесь. Любопытно смотреть, как во всем мире развивается туристическая инфраструктура. Как буквально из пустыни вырос Дубай, как изменились за последние 20 лет Мальдивы, каким прекрасным стал Кейптаун. А еще я всегда помню, что отвечаю не только за себя, но и за своих сотрудников, что мои неверные решения могут отразиться и на них, на их семьях и судьбах, поэтому стараюсь вести дела так, чтобы все мы продолжали заниматься любимым делом еще многие годы. **ТЕ**

Беседовала Александра Загер

# «Идти вперед, никогда не останавливаясь»

ЭТА ФРАЗА СТАЛА ПРИНЦИПОМ УСПЕШНОЙ ЖИЗНИ ПИТЕРСКОГО ТУРОПЕРАТОРА «НИКА»

«Мы никогда не крадем чужие идеи, а благодаря исключительно собственным усилиям всегда превращаем свои в успешный и востребованный клиентами туристический продукт», — говорит МИХАИЛ КОРНЫШЕВ, исполнительный директор отметившей 1 марта 2018 года 25-летие «НИКИ».



**М**ало того, что этот крупный туроператор в настоящее время является одним из немногих в Петербурге, дожившим до четвертьвекового юбилея. Удивительно, но факт: за 25 лет деятельности компания ни разу не меняла местоположения, учредителей и руководителей. Никогда не была замечена в демпинге или наличии негативных отзывов. Всегда работала исключительно «по-белому». А некоторые сотрудники трудятся в ее структуре со дня основания. «За длинную историю мы не раз меняли приоритеты в сфере продаж направлений отдыха, но всегда были верны идее о том, что и в условиях России можно добиваться успеха, работая честно и открыто, уважая клиентов и партнеров, — констатирует Михаил Корнышев. — И будем делать это впредь».

## СВОЯ КОЛЕЯ

Никто не будет спорить: сейчас «НИКА» является одним из лидеров круизного направления на уровне страны. Однако уже с самого начала работы определения «первый» и «новый» стали для нее характерными.

Как вы думаете, кто одним из первых повез российских туристов в Таиланд? В то время как для многих страна оставалась пустым, но очень экзотическим звуком, «НИКА» еще в 1994 году начала возить группы туристов в Таиланд через Хельсинки на рейсах авиакомпании Finnair. Параллельно стала одним из организаторов массового туризма в Скандинавию. А затем — застрельщиком создания экономичных туров в Болгарию и Румынию на базе автобусной перевозки по маршруту Петербург–Констанца–Варна. «Тогда, в конце 1990-х и начале 2000-х, 15-дневный тур в Болгарию с учетом 4 дней в дороге туда и обратно мы продавали за \$99, — с улыбкой вспоминает Михаил Корнышев. — А аналогичную поездку на румынский курорт Эфория-Суд, который фактически открыли для россиян, реализовывали за \$159. Сейчас на эти деньги можно разве что вдвоем поужинать в хорошем ресторане».

Потом «НИКА» снова стала первой. Почему? Потому что начала организовывать туры в Европу (в первую очередь в Болгарию, Румынию и Чехию) на поезде. И опять компания оказалась в тренде времени: по разным причинам туристы отдавали предпочтение пусть не такому быстрому, но надежному средству передвижения, как поезд. Варна. Прага. Вена. Будапешт... «А еще Берлин, Париж, Венеция

и множество других европейских городов: до сих пор многие вспоминают нашу компанию добрым словом за возможность увидеть их в рамках экономичных железнодорожных туров», — отмечает собеседник.

Что касается круизов, впервые «НИКА» предложила этот вид путешествий по рекам Европы еще в 2004 году. «Думаете, успех пришел сразу? Совсем нет: в первый год результат был практически нулевым, — честно признается Михаил Корнышев. — Но мы не отступали: на следующий год организовали уже два круиза. Потом отправили по реке 10 групп. Затем — 20, 50, 75. Если учесть, что в те времена всего две московские компании в год отправляли в круизы по паре групп, достижения не очень известной тогда питерской компании всех шокировали».

Результат? О ней стало известно агентам не только в России, но и далеко за ее пределами. И еще тогда в «НИКЕ» решили, что ни с кем не будут соревноваться и мериться влиянием. Не станут копировать то, что делают другие. И не будут сравнивать свой продукт с чужим по цене. «Мы создали собственный стандарт качества круиза, который основывается не на российских нормах, а на международных, — говорит топ-менеджер компании. — В первую очередь — на американских и французских, предъявляющих к туру самые высокие требования».

Принцип опережать время и предлагать рынку новинки сохраняется и сейчас. Совсем недавно, казалось бы, «НИКА» представила эксклюзивные круизы по сибирским рекам, не проводившиеся с советских времен. Но не успели утихнуть об этом разговоры, как осенью 2016-го она преподнесла настоящий сюрприз в виде круизов по глубинному белорусскому Полесью, которых не было никогда. Вообще никогда. Даже специалисты с удивлением спрашивали: «А там и вправду реки есть?» А «НИКА» в первый же сезон 2017 года обеспечила 95-процентную загрузку судна, продав 26 круизов.

Сейчас оператор с 25-летней историей успешно продает круизы не только по рекам России, но и по водным артериям Беларуси. По Дунаю и Рейну. Сене и Меконгу. По Амазонке, Гангу, Янцзы, Нилу и многим другим рекам мира. Новинка 2018 года — круизы по рекам Гамбии и Сенегала.

А Михаил Корнышев делится секретами того, как надо создавать круизный продукт, который всегда будет нужен клиенту.

## ОПЕРЕЖАЯ ЖЕЛАНИЯ

**«Создайте условия, при которых турист всегда будет чувствовать себя уверенно».**

Надо сделать так, чтобы он не смог споткнуться, простудиться, потеряться или пострадать каким-либо другим образом, — говорит эксперт. — Задача — окружить его ненавязчивым вниманием таким образом, чтобы он везде и всегда был уверен в себе.

**«Уберите все лишнее. Но оставшееся должно быть высочайшего качества».**

Все детали круиза должны быть тщательно продуманны и полностью соответствовать его духу. Пусть у туриста не будет в каюте огромной душевой кабины, но качество вина

за ужином или экскурсии по городу должно быть непревзойденным. Оставьте ему и право выбора набора услуг. От чего-то он с легкостью сможет отказаться, взамен получив услуги высшего качества.

**«Создайте условия для спокойного отдыха».**

После насыщенной событиями дневной программы подавляющая часть туристов хочет спокойно отдохнуть — веселиться до упада на дискотеке желает не более 1% клиентов. Лучший вариант — «погрузить» туриста в историю и культуру той страны, в которой он в настоящее время находится, с помощью хорошо подобранной информации и умных услуг.

**«Не пытайтесь удешевить продукт за счет применения «серых» и «черных» схем».**

Не стоит принимать деньги «под столом», использовать «серые» схемы ухода от налогов и менять юридические лица, прибавляя к имени компании + или еще что-то. Все это лукавство — это видят и партнеры, и клиенты. Не пытайтесь обмануть жизнь — рано или поздно она вас тоже обманет. Если компания честно уплачивает все платежи в структуры, защищающие права туристов, они это оценят.

**«Не воруй у других, если ничего не можешь создать сам».**

Существовать успешно и долго может только тот, кто сам придумывает и создает. А перспективная идея может прийти в голову когда и где угодно. Ночью. В самолете. И даже во время болезни. Надо только успеть ее поймать. А генерировать идеи — самое интересное, что только может быть в жизни.

**«Продавать можно только то, что любишь».**

Для того чтобы изготовить вкусный пирог, мало муки, воды и начинки — надо вложить в него душу. Нельзя продавать круизы, если ты их не любишь. Если агент не любит ничего — он ничего и не продает. И дело здесь вовсе не в зарплате.

**«Никогда не делайте клиентам скидок».**

Если вы хотите поощрить клиента, подарите ему экскурсию, бутылку вина или шоколадку, но не предоставляйте скидку, которую он, скорее всего, не заметит. Ведь когда вы приходите к стоматологу или парикмахеру, то не требуете скидку, а приносите ему подарок. Если качество тура будет высоким, клиент тоже вернется к вам с подарком. И не один раз. Не считая того, что и оператору, и агенту в этом случае легче жить и строить отношения друг с другом и с клиентом.

**«Всегда создавайте индивидуальный турпродукт».**

Никогда не продавайте клиенту тур, который точно такой, какой был у «моего друга Васи». Этот клиент — не Вася. И его круиз должен на все 100% подходить именно ему, а не кому-то другому. Ведь одному нужно много экскурсий, а другому — много развлечений. И не забудьте предложить сопутствующие услуги до и после круиза.

**«Расширяйте сезонность».**

В компании не должно быть «мертвого сезона»: даже зимой можно найти туры, которые могут быть предложены клиентам. Ведь увидеть Европу во время Рождества порой даже интереснее, чем в иные месяцы, а в апреле турист может заметно сэкономить по сравнению с маем. И если правильно распределить «икринки» круизов по всему сезону, в целом его «бутерброд» получится самым правильным. **ТБ**

# «Фестиваль круизов» снова позвал всех на борт!

Стало уже традицией, что накануне прихода весны Издательский дом «Турбизнес» собирает в двух российских столицах ведущих экспертов и профессионалов круизного рынка на главное событие круизного рынка страны — «Фестиваль круизов».



В ЦИФРАХ

35

компаний-участников

>460

агентств-посетителей

26

мастер-классов

3

панельные дискуссии

**В** этом году фестиваль собрал в Москве и Петербурге десятки представителей ведущих круизных компаний Москвы и мира и несколько сотен гостей — представителей туроператорских компаний, турагентов, корпоративных клиентов.

Программа фестиваля как всегда оказалась насыщенной и обширной: кроме идущих в режиме нон-стоп презентаций и мастер-классов от ведущих круизных операторов страны, она включила в себя workshop для специалистов туристической индустрии, панельные дискуссии о перспективах этого направления туризма в 2018 году и многочисленные розыгрыши призов, в рамках которых счастливицы сумели получить существенные награды.

Особенно интересными для всех оказались панельные дискуссии, в рамках которых эксперты поделились своим видением перспектив круизной отрасли. В частности, Андрей Михайловский, генеральный директор компа-

нии «Инфофлот», заявил, что «рынок круизов однозначно растет и по итогам 2017-го увеличение объемов продаж составило около 30%».

«Особенно нас радует тот факт, что приобретают круизы не только постоянные клиенты, но и новички, которые отправляются в путешествие такого плана впервые. С учетом того, что пока знает и покупает круизы не больше 1% населения России, потенциал у отрасли огромный».

Екатерина Илюшина, менеджер по развитию бизнеса компании Costa Cruises, отметила в 2017-м «очень сильный рост» по всем морским круизным компаниям. «По нашей компании рост составил 120% и базировался он как на отложенном спросе, так и на высокой степени адаптации нашего продукта к запросам клиентов в России. В 2018-м рост продолжится, увеличение объемов составит около 40%».

Участники деловых встреч уверены — у рынка круизов в России, как и у «Фестиваля Круизов» — большое будущее. **ТБ**

ПАРТНЕР



СТРАХОВОЙ ПАРТНЕР



ВЫСТАВОЧНЫЙ ПАРТНЕР



Home of Tourism





# Игра на результат

«ЧМ-2018 станет ключевым событием для туристического рынка», — утверждает заместитель начальника управления страхования путешествующих компании «Ингосстрах» ЛАРИСА АНТОНОВА и рассказывает, каким увидели страховщики 2017 год, что сейчас выбирают клиенты, выезжающие за рубеж, и когда страховому сектору ждать отдачи от грядущего чемпионата.



**К**ак вы оцениваете 2017 год в сфере туристического страхования? Изменились ли предпочтения выезжающих за рубеж?

Год выдался довольно успешным для туроператоров, выездные потоки увеличились. В число стран-лидеров вновь вошла Турция, которая полностью восстановила свои позиции в рейтинге популярности российских туристов. Также возросли объемы страховой защиты выезжающих за рубеж. Причем если еще пять-шесть лет назад страхованием туристов занимались в основном операторы, то сейчас мы видим рост доли клиентов, которые страхуются самостоятельно, покупая полис в дополнение к той стандартной программе, которая уже включена в турпакет.

**Какие опции полиса ВЗР сегодня востребованы туристами?**

Минимальная сумма покрытия полиса ВЗР с 2015 года составляет 2 млн рублей. В рамках этой суммы компенсируются медицинские

и медико-транспортные расходы, возникшие при оказании помощи туристу за границей. Сюда же включены расходы на лекарства и пребывание в стационаре, если это необходимо. Дополнительно к стандартному покрытию большинство туристов приобретает опции страхования от потери багажа и отмены поездки. Такая защита весьма актуальна в свете проблем авиаперевозчиков, которые в 2017 году только обострились, а также изменений правил работы некоторых консульств, например, американского. В полис можно включить и другие опции. Так, например, при поездках в Таиланд и Индию «Ингосстрах» предлагает клиентам добавить в полис опцию, включающую риски езды на мотоциклах. Травмы вследствие падения с таких транспортных средств — не редкость, но стандартное покрытие полиса ВЗР в этих случаях не действует.

**Что чаще всего происходит с туристами за границей? Какими случаями был отмечен 2017 год?**

Чаще всего туристы обращались за медицинской помощью в случае простудных заболеваний и пищевых расстройств. На втором месте — травмы, в том числе полученные при езде на мототранспорте. В 2017 году на пике летнего сезона отпусков «Ингосстрах» зарегистрировал несколько случаев заболеваний вирусом Коксаки у туристов в Турции. Несмотря на то что данная тема получила большой резонанс в СМИ, по факту никакой эпидемии не было. Обращения туристов были разовыми, однако из-за большого числа отдыхающих в итоге, по статистике, набралось несколько десятков случаев.

**Все ли случаи подлежат урегулированию?**

Большинство случаев, которые происходят с туристами за границей, являются страховыми, но есть и исключения. Например,

если турист получил травму, занимаясь на отдыхе активными видами спорта (серфинг, езда на квадроциклах, мотоциклах и т.д.). Стандартная программа в этом случае не действует — нужен особый «экстремальный» полис. Его, например, оформляют туристы, отдыхающие на горнолыжных курортах. Помимо этого, страховая компания откажет в выплате, если человек получил травму в состоянии алкогольного опьянения. Все исключения не являются секретом и прописаны в правилах страхования ВЗР.

#### **На что нужно обратить внимание, чтобы при возникновении страхового случая в дальнейшем избежать отказа страховщика?**

Ознакомиться с условиями стандартной программы страхования ВЗР, изучить список исключений. Если планируются, например, прыжки с парашютом или полет на парашюте, стоит добавить в полис соответствующие опции и таким образом расширить страховое покрытие. Помимо этого, важно помнить алгоритм действий при страховом случае. Нужно незамедлительно позвонить в страховую компанию и далее следовать инструкциям оператора ассистанского call-центра. Любые самостоятельные действия со стороны туриста могут привести к тому, что страховая компания откажет в выплате. Такие правила не случайны и созданы для того, чтобы избежать мошеннических действий и защитить туриста.

#### **Согласно прогнозу Ростуризма, игры чемпионата мира по футболу посетят более миллиона болельщиков. Как это повлияет на развитие внутреннего туризма в целом и страховую отрасль в частности?**

Мы не ожидаем сильного всплеска активности страхователей в период проведения ЧМ-2018, однако это событие действительно станет ключевым для развития рынка в перспективе последующих нескольких лет. В рамках подготовки к чемпионату мира в 11 городах страны создается современная туристическая инфраструктура: отели, места отдыха и досуга, точки питания. Это с одной стороны. С другой — на фоне ажиотажа вокруг этого мероприятия формируется устойчивый интерес к сфере внутреннего туризма. Это новый виток внимания после Олимпиады в Сочи, который создаст условия для притока туристов. Что касается стра-

хового сектора, то он сможет ощутить на себе положительное влияние с задержкой в один-два года. В целом надо сказать, что направление страхования внутреннего туризма развивается. Это заслуга и туроператоров, и самих туристов, уровень страховой грамотности которых растет год от года.

#### **Что сегодня необходимо сектору страхования ВЗР для развития?**

Страхование традиционно следует за развитием рынка, отражая его тенденции и проблемы. Итоги 2017 года показали, что уровень спроса со стороны потребителей растет. Люди интересуются не только пляжным и горнолыжным отдыхом, но и кратковременными поездками в Европу, так называемыми «турами выходного дня», востребованность которых в последние годы была низкой. Помимо увеличения количества туристов, растет уровень страховой культуры в целом, люди более ответственно относятся к страхованию, в обязательном порядке оформляют полисы на детей, вникают в нюансы работы страховой программы, уделяют внимание списку ассистанских компаний, с которыми работает страховщик. В целом, согласно исследованию, проведенному «Ингосстрахом» и MAGRAM Market Research, 82% россиян, выезжающих на отдых за границу, оформляют полисы ВЗР.

#### **Предпринимают ли страховые компании меры для поддержания этой тенденции?**

Мы делаем все, чтобы упростить клиенту процедуру покупки полиса и создать максимально понятные и комфортные условия взаимодействия с компанией. Например, «Ингосстрах» предоставляет возможность туристу приобрести полис в режиме онлайн через сайт или мобильное приложение буквально за пару минут. Клиент сразу видит, какие опции включены, а какие можно добавить за отдельную плату. В итоге каждый формирует для себя условия страхования ВЗР, необходимые, удобные и выгодные в конкретной ситуации. Но нужно понимать, что за этой простотой общения клиента со страховой компанией стоит большая работа, серьезные инвестиции в IT-платформы и технологии, постоянный мониторинг потребностей страхователей. И от того, насколько качественно компания делает эту работу, зависит конечный результат для всех сторон. **ТБ**



## Путешествовать безопасно с лидером рынка

Страховой полис — одна из обязательных «вещей в дорогу», куда бы ни направлялся турист, в отпуск или командировку. Имея с собой страховку от «АльфаСтрахование», он будет уверен в получении оперативной помощи, в какой бы стране ни находился. О сервисах, разработанных для клиентов и турфирм, о результатах продаж в 2017 году и о том, как высоко оценивают компанию эксперты, рассказывает ЕГОР САФРЫГИН, директор департамента маркетинга «Медицина» Группы «АльфаСтрахование».

**Т**ысячи человек, планирующих путешествия за границу и по России, доверяют компании «АльфаСтрахование» свое здоровье и благополучие. Страховая защита выезжающих за рубеж (ВЗР) покрывает финансовые риски в путешествии по России или за рубежом, обеспечивает оплату медико-транспортных, медицинских расходов, экстренной стоматологической помощи, транспортных затрат (эвакуацию детей, возвращение после длительной госпитализации). Защиту можно расширить, включив такие дополнительные опции, как защита от утери или хищения документов, юридическая помощь. На время путешествия можно также застраховать багаж, квартиру или дом — то есть личное и недвижимое имущество, гражданскую ответственность, приобрести страховку от невыезда или, например, застраховаться от задержки рейса и опоздания на пересадку.

«АльфаСтрахование» осуществляет продажи онлайн и офлайн. Полисы ВЗР можно по праву назвать одними из первых массовых продуктов, приобретаемых онлайн. Потребитель показывал свое желание самостоятельно выбирать время, территорию, покрытие для страхования, и компания создала продукт «по запросу». На сегодняшний день 4,6 млн клиентов компании, что составляет более 60% от их общего числа, покупают страхование различных рисков через интернет. Началась же эпоха онлайн именно с полиса ВЗР. По итогам ноября 2017 года, премии компании, полученные через продажи на сайте, достигли рекордной отметки в 1 млрд руб., почти по всем видам страхования есть прямые API или виджеты.

Сайт «АльфаСтрахование» адаптирован для самостоятельных путешественников: выбрать страну пребывания, данные о страхователе и рассчитать цену полиса можно с помощью калькулятора ВЗР. В 2017 году его интерфейс был обновлен и стал еще удобнее для использования. В результате на приобретение полиса требуется еще меньше времени.

При покупке полиса ВЗР онлайн необходимо ввести даты предполагаемой поездки, указать возраст путеше-

ственников и обозначить виды спорта, которыми они планируют заниматься в поездке. В специальном поле можно указать промокод на скидку. После выбора программы страхования нужно оплатить полис, далее он поступит на электронную почту клиента.

Пользоваться полисом очень легко, особенно с появлением мобильного приложения «АльфаСтрахование Mobile», которое бесплатно доступно в AppStore и Google Play для мобильных устройств под управлением iOS и Android. С момента запуска его установили более 320 тысяч раз, и количество активных пользователей в октябре 2017 года составило уже 52,4 тысячи человек. С помощью кнопки «SOS» мобильного приложения клиент «АльфаСтрахование» из любой точки мира всегда может связаться с оператором и заявить о страховом случае. Только в январе — октябре 2017 года этой опцией воспользовались 268,3 тысячи человек.

Опыт по обслуживанию своих клиентов «АльфаСтрахование» переносит на все каналы продаж, в том числе и в туристический бизнес. Туристические агентства пользуются личным кабинетом, который предоставляет возможность дистанционного оформления полиса и его отправки на почту клиента, упрощает процесс формирования отчетности. Также компания проводит обучение агентов продажам страховых продуктов и рассказывает об их особенностях. В результате онлайн-взаимодействия с партнерами страховщик получает лояльного клиента, клиент — доступность страховых продуктов и сервис будущего в настоящем, а партнер — лучший страховой сервис продажи.

Удобство сервиса «АльфаСтрахование» отмечено различными наградами. Так, второй год подряд «АльфаСтрахование» становится лауреатом ежегодной премии Travelers' Choice портала TripAdvisor в категории «Любимая страховая компания для путешествий». Также по итогам первого полугодия 2017 года «АльфаСтрахование» заняла первую строчку рейтинга RAEX («Эксперт РА») и стала лидером российского рынка страхования ВЗР. **ТБ**

# Барев дзес\*, Армения!

## МИНИ-ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО СТРАНЕ

Армения — очень гостеприимная страна. Здесь принимают гостей так, что турист чувствует себя не путешественником вовсе, а старым добрым знакомым. Поэтому сюда хочется возвращаться снова и снова. Цифры тому лишнее подтверждение: по данным агентства «ТурСтар», за девять месяцев прошлого года страну посетили более 280 тысяч россиян, что на треть больше, чем в 2016 году. Ожидается, что в 2018-м направление покажет еще больший рост. Привлекательности Армении добавляет обширный список

рукотворных достопримечательностей, а также потрясающие пейзажи: высокие горы, покрытые снежными шапками, плодородные долины с виноградниками и панорамы современных городов. Рестораны и кафе, где подают вкусные армянские блюда, впору выделить в отдельный перечень мест, которые нельзя пропустить. Туристические фирмы предлагают множество экскурсий во все уголки страны. Что из них выбрать — дело личного вкуса и наличия свободного времени. Но везде будет интересно!

\* Здравствуй (армянск.)



11:07



### МОНАСТЫРЬ ТАТЕВ

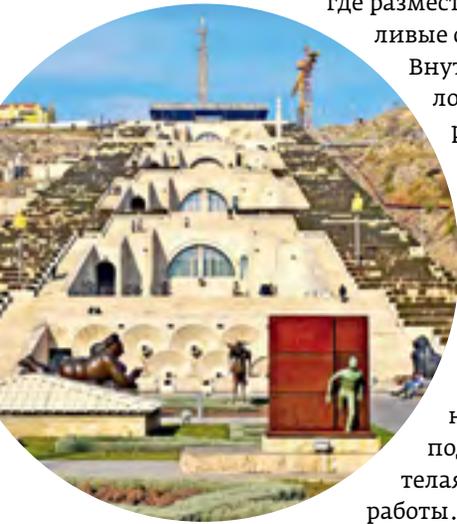


Это один из известнейших среди многочисленных монастырей Армянской Апостольской Церкви. Расположен в живописных местах Южной Армении, в 30 км от города Гориса у одноименного села >>>

### ГОРОД РОЗОВЫХ СТЕН

Ереван в этом году празднует 2800-летие. Но несмотря на приличный возраст столица выглядит современно, стильно и колоритно. Большинство зданий здесь построено из розового туфа, за что город часто называют розовым. Особенно заметен его «румянец» на закате, когда переливы лучей заходящего солнца играют на стенах каменных домов.

Пожалуй, самая известная из достопримечательностей Еревана — пирамидальный архитектурный комплекс Каскад. Уходящие вверх лестницы соединяют площадки, где разместились фонтаны и причудливые современные скульптуры.



Внутри «пирамиды» устроилось несколько панорамных ресторанов и галерей, в том числе Центр искусств Гафесчяна. Перед Каскадом разбит большой сквер, в его центре стоят необычные скульптурные композиции: антилопы, образующие своим танцем арку, поджарые кони, сложенные из подков, загорающая под южным солнцем пышнотелая барышня и другие работы. На небольшом

отдалении высится памятник архитектору Александру Таманяну, благодаря которому Ереван приобрел свой нынешний облик.

В начале улицы Сарьяна разместились множество винных баров, пабов и уютных ресторанчиков — даже при-

К наиболее интересным достопримечательностям Еревана относятся Институт древних рукописей «Матенадаран», Музей истории Еревана, Музей геноцида армян и посвященный этой же теме Мемориал Цицернакаберд. Если повезет с билетом и театральный сезон будет в разгаре, обязательно надо побывать в Армянском академическом театре оперы и балета им. А. Спендиарова. Грех не посетить коньячные заводы «Ной» или «Арарат». Во время интерактивной экскурсии можно узнать историю коньяка, посмотреть, как и из чего его делают, узнать, какие должны быть бочки и в чем особенность их производства.



дирчивый путешественник найдет себе тут место по душе. Коллекцию питейных заведений дополняет находящийся здесь же дом-музей Мартироса Сарьяна, выдающегося армянского и советского художника XX века. Продолжить знакомство с прекрасным можно в Музее современного искусства, расположившемся в конце улицы.

Пара минут ходьбы отделяет сокровищницу живописи и скульптуры от единственного в городе памятника исламской культуры. Украшенные сложными восточными орнаментами ворота ограждают Голубую мечеть от шумного проспекта Маштоца, откуда просматривается скульптура Мать Армения со смотровой площадкой у подножия.

Улица Хоренаци, берущая начало от проспекта, приведет к скверу Шаумяна. В дневной зной здесь хорошо отдохнуть под журчание более 2,5 тысяч маленьких фонтанчиков. Любопытно рассмотреть и старые резные двери домов, обрамляющих сквер.



«Сердце» Еревана — Площадь Республики. Ее формируют пять зданий, построенных в стиле неоклассики с элементами традиционных армянских мотивов. Напротив украшенного часами Дома правительства стоят административные здания, рядом — отель Marriott Armenia, отделенный сквером от Центральной почты. Завершает композицию Национальный исторический музей, где хранится более миллиона уникальных экспонатов. Среди них — самая древняя из найденных до наших дней пар обуви и огромная колесница, которой более четырех тысяч лет! Перед музейным зданием расположились музыкальные фонтаны, радующие летом по вечерам местных жителей и туристов «танцем» воды.

Но на этом знакомство с Арменией не заканчивается. За пределами Еревана много любопытных мест, которые стоит посетить.





### ПО СВЯТЫМ МЕСТАМ

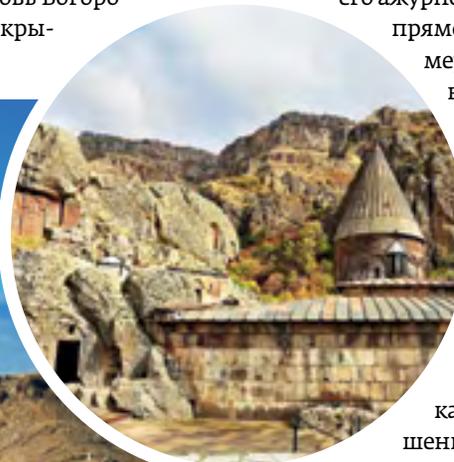
В 301 году Армения первой в мире приняла христианство. Поэтому большая часть примечательных мест страны — культовые сооружения. Самое значимое из них — Эчмиадзинский монастырь в городе Вагаршапат, построенный, по легенде, на месте, которое явил Всевышний во сне первому католикосу Армении Григорию Просветителю. Этот храм — один из самых древних и, пожалуй, самый нетипичный в стране. Его уникальная особенность — богатая роспись и шесть (!) алтарей. Есть здесь и музей-сокровищница, где выставляются христианские святыни: наконечник копья, которым был пронзен Христос, частица креста Иисуса, раки с мощами святых. Среди экспонатов притаился очень любопытный предмет — фрагмент Ноева ковчега.



На некотором отдалении от святой обители виднеются два древних собора VII века: Рипсиме и Гаяне, построенных в честь девушек-христианок, бежавших из Рима и убитых в Армении.

Не менее значимый

для армянского народа монастырь Хор Вирап находится в 40 км от Еревана, у самой границы с Турцией. Когда-то здесь была подземная городская тюрьма, куда отправляли осужденных на смерть. Оказался в ней и будущий первый католикос. В VII веке над темницей построили часовню. Похожая на домик с двухскатной крышей, она открыта для всех желающих. Сохранилась и яма, где был заточен Григорий — на глубину 6 м ведет узкая металлическая лестница. Рядом высится церковь Богородицы с колокольной (XVII век) — доминанта открытых видов на Арагат.



### СТОПУДОВЫЙ ХИТ

Путешествие к монастырю Гегард, расположенному в 40 км от столицы, в узком ущелье среди расходящихся амфитеатром скал, и храму в Гарни, — обязательная и самая популярная экскурсия.

Богато украшенный храм Гарни, как будто перенесенный из Древней Греции, стоит на неприступной скале. Это единственное дохристианское культовое строение, которому посчастливилось быть нетронутым после принятия христианства и последующего уничтожения святилищ старой веры. В XVII веке он был практически стерт с лица земли мощным землетрясением, а восстановлен только в советское время. Вокруг храма видны остатки масштабной старой крепости и дворца. Немного дальше отбрасывают тени руины бань с украшенными мозаикой полами.

Могучий монастырь Гегард разительно отличается от своего ажурного «коллеги». Часть обители выдолблена прямо в прилегающей к ней скале. Например, пещерная церковь Авазан, которая высечена в горной породе в 1240-х годах на месте древней пещеры с родником. Тогда же построен главный храм Католикоса с причудливо вырезанными дверями и тимпаном (полукруглым полем фронтона). Во второй половине XIII столетия монастырь был куплен князьями Прощьянами. Построенные ими здания принесли Гегарду заслуженную славу архитектурного шедевра. Среди этих каменных творений значатся богато украшенная рельефами усыпальница князей-владельцев и храм Аствацацин.

## ПЛЯЖНЫЙ ОТДЫХ БЕЗ МОРЯ

У Армении нет моря, но понежиться на пляже здесь можно. В 62 км от Еревана блестит на солнце гладью чистой воды озеро Севан. В несезон, когда вода в озере холодная, пляж заменят бассейны при отелях, их тут предостаточно. Прекрасным развлечением станет рыбалка: говорят, что местные раки и форель — мечта любого гурмана.

Самая известная достопримечательность Севана — монастырь Севанаванк. Он построен в VIII веке из черного туфа на небольшом островке в озере. До наших дней сохранились небольшие купольные церкви Сурб Аракелоц и Сурб Аствацацин, которые теперь располагаются на полуострове — в начале XX века местную воду использовали для орошения Араратской долины и выработки электроэнергии, вследствие чего Севан сильно обмелел. Недалеко стоят монастыри Айраванк (IX–XII века) и Макенис (VII век). Обязательно нужно заглянуть в село Норатус, где расположилось самое большое в мире кладбище хачкаров — каменных стел с изображением креста, увитого причудливыми узорами из виноградных лоз, граната и цветов.



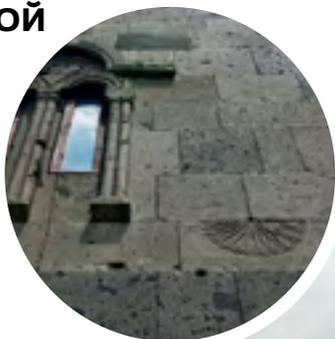
В городе Лчашен туристов ждут развалины урартской крепости (VII век до нашей эры) и курганный некрополь. Камни Гегамских гор, окружающих озеро, хранят петроглифы каменного века и ранней бронзы, а также каменные изображения вишапов — божеств, охраняющих воду. В бассейне Севана создан национальный парк «Севан» — прекрасное место для наблюдения за пернатыми, в том числе редкой армянской чайкой.

## ПАМЯТНИКИ АРМЯНСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ

Сагмосаванк — некогда один из самых важных духовных центров Армении. Издавна он славился как монастырь псалмов, здесь переписывались и хранились книги и древние манускрипты. На стенах Сагмосаванка сохранились настоящие солнечные часы, внешне похожие на половинку цветка ромашки. Вместо цифр на «циферблате» выдолблены в камне буквы армянского алфавита. Внутреннее убранство церкви, подобно другим культовым постройкам в Армении, выглядит достаточно аскетично. В нескольких метрах от монастыря грудятся огромные валуны, покрытые бурым мхом. Это

остатки мощной стены, защищавшей Сагмосаванк от захватчиков.

В 4,5 км к северу от обители, на западном склоне самой высокой горы Армении Арагаца (4090 м) гордо высятся 39 каменных букв армянского алфавита, а также памятник его создателю ученому Месропу Маштоцу (IV–V вв.) в окружении учеников. Комплекс был воздвигнут в середине 2000-х, когда армянской письменности исполнилось 1600 лет.



## НА ЮГ, НА ЮГ!

Надолго останется в памяти Нораванк — невероятно красивые красные скалы и посреди них красавец-монастырь. В него входят церковь Святого Иоанна Крестителя, часовня Святого Григория со сводчатым залом и церковь Пресвятой Богородицы.

По дороге в Нораванк, которая, кстати, частично проходит по маршруту древнего Шелкового пути, стоит остановиться у настоящего караван-сарая, где коротали время путники, торговцы и коробейники. Видно, где когда-то сидели и грелись у костра люди, где кормили и поили лошадей. При входе сохранилась даже небольшая часовня.

Двигаясь от Еревана дальше на юг, дорога приведет на скальный уступ к монастырю Татев — крупнейшему центру философской и научной мысли средневековой Армении. Здесь сохранились

несколько церквей, покои настоятеля, трапезная с кухней и кладовыми, жилые и служебные помещения. Архитектурным шедевром обители называют уникальный обелиск, воздвигнутый в честь Святой Троицы в 904 году. Он представляет собой восьмигранный столб высотой в несколько метров, украшенный карнизом, над которым возвышается хачкар. От легкого прикосновения руки столб наклоняется и возвращается в исходное положение. Рядом с монастырем проходит самая длинная в мире канатная дорога «Крылья Татева». Из кабинок открывается завораживающий вид на глубокое ущелье и белеющие вдалеке снежные шапки гор.



### ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

**Армения** — горная страна на Южном Кавказе.

**Столица.** Ереван.

**Территория.** 29,8 тыс. кв. км.

**Климат.** В южной части страны климат субтропический. В остальных районах — высокогорный, континентальный — жаркое лето и холодная зима.

**Население.** 2 млн 72,9 тыс. чел.

**Этнический состав.** Армяне — 96%.

**Государственный язык.** Армянский, около 70% населения говорит на русском языке. Значительная часть молодых людей может общаться по-английски.

**Деньги и обмен валюты.** Национальная валюта — армянский драм. В пунктах обмена валюты принимают и доллары США, и евро, и российские рубли. Во многих магазинах и на рынках в качестве оплаты берут также зарубежную валюту.

**Безопасность.** Ереван — один из самых безопасных городов мира. Уличная преступность практически отсутствует.

**Транспорт.** Основное средство передвижения в Ереване — метро, состоящее из десяти станций одной ветки, которая тянется от железнодорожного вокзала на север города. Стоимость

поезда 100 драм (\$ 0,26). Очень развита сеть маршрутных такси. В основном это микроавтобусы. Цена билета также 100 драм. Можно остановить на улице взмахом руки. Такси — очень доступный и популярный транспорт. Можно заказать по телефону или просто поймать на улице. Цена: 100–150 драм/км.

**Аэропорты.** Регулярные пассажирские авиаперевозки осуществляются через два аэропорта — Звартноц (Ереван) и Ширак (Гюмри). Международный аэропорт Звартноц расположен в 10 км к западу от Еревана. Прямые рейсы из Москвы в Ереван есть у авиакомпаний «Аэрофлот», «ЮТэйр» и S7 Airlines. Аэропорт Ширак находится в 5 км от Гюмри. Сюда летает российский лоукостер авиакомпания «Победа».

**Чаевые.** Кроме некоторых мест, где чаевые (5–7%) автоматически включаются в счет, принято оставлять около 10% от суммы.

**Сотовая связь.** Роуминг в Армении обеспечивают все основные российские операторы сотовой связи. Если купить местную SIM-карту — звонки в Россию будут значительно дешевле.

**Еда.** В городе множество закусочных, кафе и ресторанов. Достаточно оглянуться вокруг. Кроме армянской широко предлагаются блюда арабской, грузинской, европейской, китайской кухни.

**Виза.** Для въезда из стран СНГ не требуется виза. Граждане России могут пересечь границу по внутреннему паспорту.



### ОБЪЕКТЫ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО НА ТЕРРИТОРИИ АРМЕНИИ

- Монастыри Ахпат и Санаин
- Храм и церкви Эчмиадзина (включая Эчмиадзинский кафедральный собор, Церковь Святой Рипсиме и Церковь Святой Гаяне)
- Археологический памятник Звартноц
- Монастырь Гегард и верховья реки Азат.

### ОБЪЕКТЫ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО В АРМЕНИИ

- Музыка дудука
- Хачкары, символика и мастерство их создания
- Армянский хлеб — лаваш
- Эпос «Давид Сасунский»



#### Посольство Республики Армения в РФ

Адрес: 101000, Москва, Армянский пер., 2

Телефон: (+7 495) 924-12-69

Консульский отдел: (+7 495) 924-32-43 (прием: пн.–пт. 10.00–14.00)

#### Посольство России в Ереване

Адрес: ул. Григора Лусаворича, 13 А

Телефоны: (10) 567-427, 545-218, 589-843 (консульский отдел)

#### Генконсульство РФ в Гюмри

Адрес: Мармашенское шоссе, 1

Телефон: (312) 345-33

*Мини-путеводитель реализован при поддержке проекта «Развитие Интегрированного Сельского Туризма», финансируемого Российской Федерацией и осуществляемого Программой развития Организации Объединенных Наций. ПРООН поддерживает развитие туризма в Армении, но не несет ответственности за содержание текстов в данной статье.*



12+

ПО ФИЛЬМУ С ПАТРИКОМ СУЭЙЗИ, ДЕМИ МУР И ВУПИ ГОЛДБЕРГ

# ПРИВИДЕНИЕ

МЮЗИКЛ

MUSICAL-GHOST.RU (495) 151-94-84



## ВОЕННЫЙ МУЗЕЙ В ФОРТЕ СЕНТ-ЭЛЬМО

Мало кто знает, но крошечную Мальту называли «средиземноморским Сталинградом». Остров бомбили в течение 157 дней, на нее было сброшено 6,7 тыс. т бомб, 40 тыс. домов оказались разрушены, погибли более полутора тысяч гражданских лиц. На Волге знали о героической борьбе маленького острова против немецко-итальянских фашистов и прислали письмо союзникам: «Мы гордимся вашей упорной борьбой. Наша дружба закалется в огне битвы за общее дело всего человечества — в борьбе против гитлеровских полчищ». В ответном послании мальтийцы писали: «Мы гордимся, что имеем честь разделять победы под Сталинградом и в Северной Африке. Пусть то, как вы выстояли под Сталинградом, воодушевит и подаст пример всем, как подало оно пример нам в эпопее обороны нашего острова».

Первой целью итальянских военно-воздушных сил, бомбивших Мальту, стал форт Сент-Эльмо, который прославился героизмом еще во времена Великой Осады летом 1565 г., когда Мальту попытались захватить турки.

Форт находится на окраине Валлетты. Сегодня здесь размещается Государственный военный музей (National War



# Страницы военной истории

В военной терминологии Мальту нередко называют «непотопляемым авианосцем». Этим она обязана прежде всего выдающейся роли, которую сыграл этот небольшой остров в годы Второй мировой войны, занимая узловую стратегическую позицию на средиземноморском театре военных действий.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДР ПОПОВ

Museum), недавно прошедший реконструкцию. Начало экспозиции посвящено Первой мировой войне, когда Мальта, ставшая крупнейшей британской госпитальной базой, заслужила уважительное название «медсестры Средиземноморья», в чем нашла отражение изначальная цель создания Мальтийского ордена. Представлены документы Второй мировой войны, оружие, военная техника, включая самолет-биплан Gloster Gladiator по имени «Вера», прославившийся в боях с фашистами. Вначале у Мальты было всего три таких истребителя — Faith (Вера), Hope (Надежда) и Charity (Милосердие). О музейном экспонате мальтийцы, добропорядочные католики, говорят: «Мы могли потерять все, но не Веру». В музее можно увидеть крест Святого Георгия, пожалованный Мальте в 1942 г. королем Георгом VI «За мужество и беспримерный героизм».

В форте периодически устраиваются театрализованные представления In Guardia, рассказывающие о рыцарских временах.

## ПОДЗЕМНЫЙ КОМАНДНЫЙ ПУНКТ

Во время Второй мировой войны в недрах мощного скалистого бастиона недалеко от Главных ворот под Садами Барракка был обустроен подземный командный пункт англо-американ-



ских войск. Для этого была использована система тоннелей XVII в. — Убежища Ласкариса (Laskaris War Rooms), названные по имени одного из великих магистров. Во время воздушной тревоги в некоторых тоннелях прятались и мирные жители.

Обзор объекта начинается с прохождения КПП. Высота потолка в помещениях, а их около двадцати, — до четырех метров. Здесь воссоздана обстановка штаба американского генерала Дуайта Эйзенхауэра. Он в годы войны находился на Мальте как верховный главнокомандующий экспедиционными войсками союзников в Западной Европе.

В музее выставлены штабная техника и оснащение того времени: радиостанции, телефоны, документы, карты, авиационные планшеты, макеты аэродромов, схемы сражений. В каждой комнате манекены представляют одну из сцен работы штаба. Застыли над картами офицеры, вслушиваются в эфир солдат-связист, замерли перед планшетами девушки-военнослужащие. Наверху, видимо, бомбят, головы многих фигур обращены к потолку. Жутковато, но интересно.

Военные располагались в Убежищах Ласкариса и в период холодной войны до 1977 г. Через два года британцы ушли с острова и военный объект превратился в музей. Побольше бы таких музеев.

## ГИГАНТСКАЯ ПУШКА

С начала XIX в. и до обретения независимости в середине XX в. Мальта находилась под британским правлением. Гигантская пушка, которую можно увидеть в форте Ринелла, недалеко от города Калькара, — самое большое в мире орудие береговой артиллерии тех лет (1882), точнее, одно из самых больших, поскольку такая же пушка есть на Гибралтаре. Вес — 102 т, длина 11 м, внутренний диаметр ствола

45 см, вес снаряда 1 т (!), прицельная дальность 7 км, вес порохового заряда 250 кг. Форт Ринелла был построен специально для базирования и обслуживания гигантской пушки, здесь стоял гарнизон из 35 солдат. Чтобы доставить орудие из гавани в форт, понадобилось три месяца и усилия 100 человек. Мальтийская царь-пушка, подобно московской, так и не сделала ни одного боевого выстрела, а в 1906 г. была признана устаревшей.

Экскурсия по территории форта длится около часа. За это время можно получить представление о быте британской армии конца XIX — начала XX в. **ТБ**

**airmalta**

# Мальта

Не передать словами...

**МАЛЬТА 2018**  
Бизнес-путеводитель

**Мальта**  
Гозо и Комино

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

<b>ANEX TOUR</b> РПО 016189 М «КИТАЙ-ГОРОД» 8-800-77-65-000 <a href="http://www.anextour.com">www.anextour.com</a>	<b>ICS TRAVEL GROUP</b> РПО 000786 М «ТУЛЬСКАЯ» (495) 749-4847 (МН.) <a href="http://www.icstrvl.ru">www.icstrvl.ru</a>	<b>БИБЛИО ГЛОБУС</b> РПО 011710 М «ЛУБЯНКА», «СЕМЕНОВСКАЯ» (495) 504-2555 <a href="http://www.bgoperator.ru">www.bgoperator.ru</a>
<b>ВАНД ВОЯЖ</b> РПО 011881 М «ТВЕРСКАЯ» (495) 780-3861 <a href="http://www.vand.ru">www.vand.ru</a>	<b>ДИАЛОГ</b> РПО 016829 М «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ» (495) 730-2022 (МН.) <a href="http://www.maltaresort.ru">www.maltaresort.ru</a>	<b>ИНСАЙТ-ЛИНГВА</b> РПО 000842 М «НОВОСЛОБОДСКАЯ» (495) 795-0922 <a href="http://www.i-l.ru">www.i-l.ru</a>
<b>НАТАЛИЕ ТУРС</b> РПО 018482 М «МАЯКОВСКАЯ» (495) 792-56-09 <a href="http://www.natalie-tours.ru">www.natalie-tours.ru</a>	<b>СТБ ТУРС</b> РПО 009895 М «ДОСТОЕВСКАЯ» (495) 789-8779 <a href="http://www.sbtours.ru">www.sbtours.ru</a>	<b>ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС</b> РПО 000756 М «АРБАТСКАЯ» (495) 509-8542 <a href="http://www.travel-express.ru">www.travel-express.ru</a>
		<b>ТРЭВЕЛМАРТ</b> РПО 011890 М «ТАГАНСКАЯ» (495) 935-9330 <a href="http://www.mymalta.ru">www.mymalta.ru</a>

# Любовь с первого взгляда

Кипр — одно из любимых направлений отдыха у российских туристов. Способствуют этому и средиземноморский климат, и душевная связь между русскими и киприотами, которая ощущается, стоит только сойти с трапа самолета.

ТЕКСТ  
МАРИЯ АКУНОВА

## СРЕДОТОЧИЕ ИСТОРИИ — ПАФОС

Это исторический центр Кипра, третий по значимости курортный город со своим международным аэропортом. Уютный и тихий, он словно предназначен для романтического или семейного отдыха. Здесь сосредоточены основные достопримечательности острова, в том числе сохранившийся до наших дней первый греко-римский театр Куриум, именно поэтому Пафос был признан Культурной столицей Европы 2017 года и внесен в список Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО.

Одна из местных легенд гласит, что первым местом на земле, куда ступила Афродита Анадиомена, был берег Пафоса; позже это место получило название Бухта Афродиты (Petra tou Romiou, греч.).

Город разделен на Като-Пафос, где находится множество отелей, ресторанов, основная туристическая инфраструктура

и древние памятники, и Кtima-Пафос — административный центр города.

Неподалеку от Пафоса расположено курортное место Полис-Хрисохус, оно охватывает Национальный парк Акамас и песчаный пляж Лара — его облюбовали местные черепахи как место выведения потомства.

Все пляжи Пафоса отмечены «голубыми флагами» Евросоюза.

Монастырь Святого Неофита, построенный около 1200 года, деревня Панагия и монастырь Богородицы Хрисоротииссы относятся к числу наиболее ярких архитектурных памятников острова.

## КРУЖЕВНАЯ ЛЕФКАРА

Свое название «белые холмы» деревня получила благодаря цвету склонов горного массива Троодос, где она расположена. Лефкара широко известна во всем мире как рукодельный центр Кипра. Местные традиционные изделия из серебра, филигрань и кружева, сплетенные по уникальной тех-



## 824,5 тыс.

российских туристов посетили Кипр за 2017 год; прирост по сравнению с 2016 годом составил 5,5%. Всего за прошлый год республику посетили 3,65 млн иностранных гостей.

Данные Кипрской организации по туризму

нике «лефкаритика», ежегодно привлекают множество туристов.

Ремесленным делом местные жители начали заниматься в Венецианскую эпоху (1489–1571), подробнее об этом периоде истории гости могут узнать, посетив Центр ремесел Лефкары, а также Музей традиционного вышивания и серебряного дела или деревенские мастерские.

Государство взяло на себя заботу о сохранении старинных памятников архитектуры Лефкары (некоторые постройки датируются X веком), а также проведении реставрационных работ. Деревня очень живописна: извилистые улочки и дома, построенные в традиционном стиле, радуют глаз. Неподалеку расположена Церковь Святого Креста, построенная в XIV веке на пожертвование жены короля Иерусалима и Кипра Гуго IV.

Прогуливаясь по деревне, туристы могут понаблюдать за работой кружевниц и приобрести подарки близким: скатерти, салфетки, платья и многое другое. Кстати, знаменитое венецианское кружево — не что иное, как копия «лефкаритики». В 1840 году в деревне поселился первый ювелир Яннис Караолос; современные мастера изготавливают из серебра украшения, посуду и оклады для икон.

## РАЗВЕСЕЛЫЙ ЛИМАСОЛ

Город расположен между античным городом Курионем, построенным в XII веке микенцами, Амагусом, Пафосом и Айя-Напой. Лимасол считается одним из самых оживленных городов республики, поэтому пользуется популярностью у туристов круглый год, жизнь здесь никогда не замирает. Ежегодно в конце лета здесь начинается винный фестиваль, и тогда на улицах можно встретить людей с графинчиками и наполненными бокалами, наслаждающихся теплым вечером.

## ВИНОДЕЛИЕ И ВИНОПИТИЕ

Первое вино на территории Средиземноморья было изготовлено именно на Кипре, это подтверждено археологическими находками. Виноделие в регионе стало развиваться 6000 лет назад. Сейчас лозу выращивают в основном на горных склонах Пафоса и Лимасола. Для приготовления красных вин используют сорта «мавро» и «маратефтико», для белых — «ксинестери», «совиньон блан»,

«семильон блан», «мускат». Кипрские вина сладковатые и очень ароматные. Легенда гласит, что Марк Антоний, желая сделать подарок своей невесте — царице Египта Клеопатре — преподнес ей остров Кипр со словами: «Твоя любовь, моя красавица, столь же сладка, как вино Кипра».

Киприоты — истинные ценители хорошего вина, без него не обходится ни одна трапеза. С историей местных напитков знакомит Музей кипрского виноделия в Лимасоле.

Для того чтобы гости республики могли лучше понять и прочувствовать направление, Кипрская организация по туризму разработала шесть винных маршрутов. Выбрав один из них или несколько, туристы осмотрят виноградники и винодельни, узнают, как рождается кипрское вино. По желанию они смогут продегустировать его и завершить свою поездку ужином в таверне.

Кипрский винный фестиваль — дань традиции проводить торжества в честь бога вина Диониса. Первый фестиваль прошел в 1961 году, его обычно устраивают в августе-сентябре в Муниципальном парке Лимасола, длится он десять дней. Посетители могут продегустировать не только множество сортов местного вина, но и кипрскую водку зиванию, и блюда национальной кухни, а также послушать народную музыку и потанцевать.

Официальный лозунг фестиваля: «Больше пьешь — дольше живешь!» Его символ — семиметровая статуя винодела по имени Вракас. Предусмотрительные киприоты придумали собственное средство от похмелья, ведь десять дней винопития скажутся даже на человеке с железным здоровьем: в ресторанах можно заказать мусс из кукурузной или рисовой муки, незагустевшую патоку, которую также добавляют в один из традиционных десертов — сузукос (местная чурчхела). **ТБ**



## ВИНОДЕЛЬЧЕСКИЕ МАРШРУТЫ КИПРА

- Лаона — Акамас
- Вуни-Панайас — Амбелитис
- Долина Дьяризов
- Краснохорья Лимасола
- Командария
- Пицилья

Кипрский винный фестиваль будет проходить в этом году с 27 августа по 8 сентября

Винодельческие маршруты становятся все более популярными у туристов





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

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

*Партнер: компания Dusseldorf Tourismus GmbH и Dusseldorf Marketing GmbH*



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

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

*Партнер: туристическая организация Кёльна Köln Tourismus GmbH*

# ПРОЕКТ Des TiN ATiN ONs

## ЧЕТЫРЕ ВЫПУСКА НА НЕМЕЦКУЮ ТЕМУ

**В рамках многолетнего  
сотрудничества с туристическими  
организациями Германии  
ИД «Турбизнес» подготовил  
к выставке МИТТ-2018  
четыре новых издания.**



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

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

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



**СПРАВОЧНИК ТУРАГЕНТА**

**«ШТУТГАРТ И ОКРЕСТНОСТИ»**

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

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

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



# Я влюблен в жизнь!

Один из самых популярных диетологов в мире, автор знаменитой белковой диеты, которой следовали британские монархи и голливудские звезды, Пьер Дюкан — в Москве гость довольно частый. Признается, что очень любит нашу столицу и всегда с удовольствием сюда приезжает. В этот раз он представил россиянам свою новую книгу, в которой раскрывает проблему ожирения и диабета, обращаясь к самому источнику ее возникновения.

ТЕКСТ ТАТЬЯНА БЕЛОНОЖКИНА

**Д**юкан отмечает, что за последние 50 лет мир буквально перевернулся в плане питания и потребления, а проблема ожирения и диабета приобрела поистине глобальный масштаб. Тема актуальна как во Франции, так и в Германии, Англии, Мексике, России и США.

«Я много и часто путешествую по миру и могу констатировать печальный факт: почти полтора миллиарда человек в мире имеют избыточный вес, а попытки ученых как-то справиться с этой бедой пока ни к чему не привели. К сожалению, пищевой рацион последних двух поколений на 70% состоит из индустриально переработанной пищи, которая усваивается значительно быстрее, что способствует набору лишнего веса».

Доктор вспоминает, что он родился одновременно с кризисом лишнего веса. И эта проблема росла вместе с ним. Так, в год его рождения лишним весом во Франции страдало 100 тысяч человек. А в 60-е, в его студенческие годы, этот показатель вырос в 10 раз!

«В Европе появилась мода: ешьте все что хотите. А если не будете потакать своим желаниям, то у вас начнется депрессия. Но прислушайтесь, кто это нам говорит? Продавцы товаров. Эти воззвания звучат с экранов телевизоров, с рекламных щитов и страниц глянцевого журналов».

С того момента как вы родились и примерно лет до пятидесяти вас буквально заставляют есть сублимированные продукты, быстрорастворимые завтраки, обогащенные сахаром и химическими добавками продукты. А потом, когда орга-

низм перестанет справляться со всем этим, вам будут так же активно предлагать употреблять таблетки...

Сегодня вся мировая экономика с ее рекламой всеобщего потребления подгоняет нас к тому, чтобы мы ели и пили много, часто, практически безостановочно».

По словам Пьера Дюкана, в послевоенные годы произошел скачок в эволюции человека: его заставили забыть запах деревьев и минимизировать физический труд, загнали в закрытое помещение и приучили любоваться накопленными вещами.

«За время своей научной деятельности я разработал множество проектов, но тема, которую я представил сегодня, — пожалуй, наиболее масштабная и актуальная не только для меня самого, но и для общества в целом. И я надеюсь, что моя новая книга сумеет хотя бы немного изменить мир к лучшему и остановит эпидемию ожирения, которая приносит людям столько страданий», — говорит он.

Пьер Дюкан уверен, что правительства всех стран должны уделять больше внимания информированию населения о последствиях ожирения. В противном случае в будущем существенно увеличатся расходы на систему здравоохранения, поскольку количество людей, больных ожирением, стремительно возрастет.

«Я удивился, узнав, что в Москве и Санкт-Петербурге больше полных людей, чем в Париже. Люди питаются фастфудом, мало двигаются. Но если питаться, как американцы, то и станешь таким, как американцы! Надо оставаться русскими, сохранять традиции питания. У вас сейчас переломный момент — еще можно что-то сделать, остановиться, чтобы не потерять равновесия».

Проблема лишнего веса — это не каприз, продиктованный желанием выглядеть элегантнее и моложе. Известно, что полные люди живут на девять лет меньше, чем люди с нормальным весом.

«Сам я — человек традиций, — улыбается Дюкан. — Сейчас все меняется так быстро, многое обесценивается, традиции разрушаются, поэтому очень важно иметь семью. Это фундамент. Жена подарила мне двух детей — и они втроем, а также мои читатели — это самое ценное в моей жизни. Куда бы я ни ездил, сколько бы ни путешествовал, я всегда стремлюсь быстрее вернуться в родной дом.

Мне приходится много времени проводить вне родной Франции. Ездить по всему миру, устраивать семинары, читать лекции, давать рекомендации, как лучше всего применять разработанную диету.

В поездках я всегда выбираю отель с хорошей кухней. Я — обжора, и еще какой! Если меня зовут в гости, я сразу уточняю: еда будет? Потому что если нет, то я заранее приготавливаю себе ужин и плотно поем. Голодный я вообще невменяемый! Но все, что я съем, будет строго соответствовать

моей диете. Так питаюсь я, моя семья, мои друзья. Я не вижу смысла питаться иначе. К счастью, в наше время в любой стране найдутся продукты, включенные в мою диету, — те же обезжиренные йогурты. Да и хорошие отели предлагают довольно богатое меню — есть из чего выбрать!

Я много двигаюсь, бегаю каждый день, даже в поездках. Здесь, в Москве, когда идет снег, я бегаю по периметру своего гостиничного номера, а в хорошую погоду — вокруг отеля.

Стараюсь употреблять много белка: сырую рыбу, креветки — чистый белок и ни грамма жира. Не могу без овощей. И всегда кладу в чемодан пачку отрубей.

Мой совет: ешьте чаще и меньше, а если не насыщаетесь, начинайте еду с зеленого салата. Пейте воду, она тоже создает объем — полтора литра воды в день (лучше минеральной, но можно и в виде чая, кофе, травяного отвара). И соблюдайте общее правило: все самое полезное — в начале трапезы, все неполезное — в конце».

Пьер Дюкан рассказывает, что в любой поездке он старается ознакомиться не только с достопримечательностями, но и аутентичной кухней страны.

Везде можно найти какой-то неожиданный и интересный рецепт.

«Например, из Турции я привез рецепт рахат-лукума без сахара. А путешествуя по Мексике, узнал про семена чиа и был потрясен их свойствами. Эти очень маленькие зернышки растения, — самый богатый в мире источник омега-3 кислот, кроме того, в них есть клетчатка особого качества. Вообще у мексиканцев огромный кулинарный опыт в использовании чиа, и мы можем его осваивать и заимствовать».

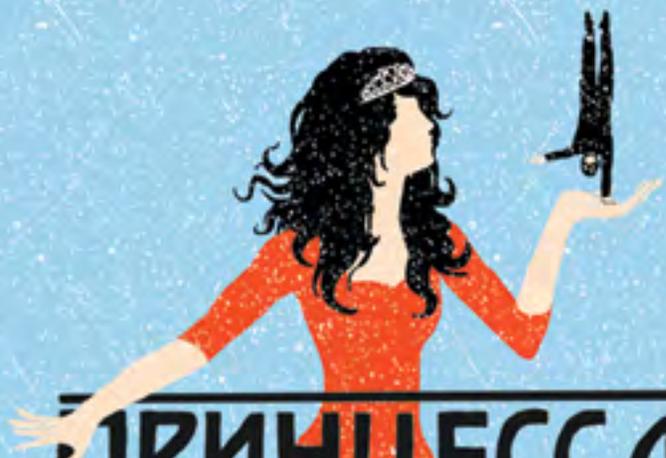
Дюкан добавляет, что одна из его любимых стран — Италия. И, конечно, он обожает итальянскую кухню и продукты. Во-первых, пармезан — самый легкий сыр из всех существующих. Во-вторых, бальзамический уксус: он утоляет чувство голода, но при этом низкокалориен. И неожиданно знаменитый диетолог признается, что просто обожает пиццу и даже составил собственный рецепт — «пицца по Дюкану».

«Исключаем муку, заменяем ее овсяными отрубями (полезно и для фигуры, и для организма), используем обезжиренный сыр. Для сытности добавляем куриную грудку, а для цвета и аромата — помидор. Что еще нужно для вкусной пиццы? Чуть-чуть орегано да щепотка соли. Все!» — комментирует он.

В конце разговора Пьер Дюкан признается, что, перешагнув порог своего семидесятилетия, он по-прежнему влюблен в жизнь. И постоянно ищет в ней разнообразия и новых эмоций.

«Я очень люблю людей. Очень люблю красоту. Красота — это то, что мне нужно постоянно. Ее легко находить, только нужно уметь смотреть. И я рад, что могу своим трудом подарить эту красоту людям». ■





# ПРИНЦЕССА ЦИРКА

МЮЗИКЛ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

МУЗЫКА ИМПРЕ КАЛЬМАН

ЛИБРЕТТО СЕБАСТЬЯН СОЛДЕВИЛЬЯ (ФРАНЦИЯ/КАНАДА),  
МАРИНА ШВЫДКАЯ, АЛЕКСЕЙ ИВАЩЕНКО

СТИХИ И ДИАЛОГИ АЛЕКСЕЙ ИВАЩЕНКО

РЕЖИССЕРЫ-ПОСТАНОВЩИКИ  
СЕБАСТЬЯН СОЛДЕВИЛЬЯ (ФРАНЦИЯ/КАНАДА),  
МАРИНА ШВЫДКАЯ

3 — 31 МАРТА, 8 ИЮНЯ — 7 ИЮЛЯ

ПРИ УЧАСТИИ

THE **7** Fingerz  
(КАНАДА)



МОСКВА, ПУШКИНСКАЯ ПЛОЩАДЬ, 2  
+7(495) 797 63 00 WWW.МЮЗИКЛ.РФ

МОСКОВСКИЙ ТЕАТР МЮЗИКЛА  
АКТИВНО СОТРУДНИЧАЕТ  
С ТУРИСТИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ,  
КОТОРЫМ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ **ОСОБЫЕ  
УСЛОВИЯ** ПОКУПКИ БИЛЕТОВ:

- специальные цены и скидки;
- приоритетное бронирование мест;
- 2 дополнительных билета  
для организаторов групп от 20 человек;
- бесплатные рекламные материалы.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТЕАТРА  
МЮЗИКЛА ПОЗВОЛЯЮТ ПРОВЕСТИ  
**КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ  
ЛЮБОГО УРОВНЯ СЛОЖНОСТИ  
ИЛИ ЦЕЛЕВОЙ СПЕКТАКЛЬ ДЛЯ  
ВАШЕЙ КОМПАНИИ.**

В вашем распоряжении:

- зрительный зал на 1662 места;
- исторический центр;
- большое уличное пространство;
- современное техническое оснащение;
- максимальная транспортная доступность  
(метро «Чеховская», «Пушкинская»,  
«Тверская»);
- огромная парадная лестница;
- организация фуршета и кейтеринг;
- оформление фойе в корпоративном стиле.

Подробности по телефону:

**8(495) 797 63 00, доб. 1012**

**Любовь Фомина**



# Випсервис

*Мы работаем так, чтобы нас  
выбирали сердцем*

HotelStar –  
высокотехнологичная  
система онлайн-бронирования  
отелей от холдинга  
Випсервис

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

Москва,  
Переведеновский пер.,  
д. 17, стр. 1, оф. 202  
+7 (495) 626-50-12  
hotelstar@vipservice.ru

## Высокие технологии

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

## Собственные разработки

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

## Точная бизнес-экспертиза

дает возможность действовать на опережение, предвосхищая потребности пользователей

## Надёжные поставщики

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

## Легкий поиск

помогает максимально быстро предложить клиенту лучшие варианты по его запросу

## «Удобные» нетто-цены

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

# HotelStar –

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

# новая звезда в созвездии Випсервис

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