

Travel Trade Russia

Турбизнес

№3 Март 2012

www.tourbus.ru

Операторский бизнес

Специальная вкладка ВЕНГРИЯ

КОТТЕДЖНЫЙ
ОТДЫХ
В ФИНЛЯНДИИ
76-81



Breeze

WWW.BREEZE.RU

**КРУИЗЫ
ОТ БРИЗА**



20 years
IN WORLD
TOURISM
1992-2012
GROUP OF COMPANIES OTI

Туры в 26 стран мира.

Удобные полетные программы на чартерных и регулярных рейсах.

ТУРЦИЯ	ИНДИЯ	СИНГАПУР
ЕГИПЕТ	КУБА	ШРИ-ЛАНКА
ИСПАНИЯ	ИЗРАИЛЬ	ВЬЕТНАМ
ГРЕЦИЯ	КИТАЙ	БАЛИ
ТАИЛАНД	МАВРИКИЙ	ТАНЗАНИЯ
ТУНИС	МАЛЬДИВЫ	КАМБОДЖА
МАРОККО	МЕКСИКА	ИОРДАНИЯ
ОАЭ	СЕЙШЕЛЫ	АВСТРИЯ
ДОМИНИКАНА		АНДОРРА

Люби себя -
отдыхай с CORAL!



Ждем вас на выставке «ИНТУРМАРКЕТ»
пав. 2, зал 9

МОСКВА CALL CENTRE
(495) 232-3221

www.coral.ru

Турбизнес



WTM VISION CONFERENCE

4 APRIL 2012 | MOSCOW

THE INDUSTRY TALKS

Москва
Лондон
Дубай
Шанхай
Флоренция

4 апреля
2012
Москва

Подробности и регистрация
www.tourbus.ru/wtmvision или www.wtmvision.ru

Ведущая международная туристическая выставка World Travel Market (Великобритания) расширяет успешную серию своих практических конференций WTM Vision. Впервые ежегодная конференция WTM Vision пройдет в России. Мероприятие организуется совместно с ИД "Турбизнес".

В программе конференции:

- глобальный обзор международной туриндустрии
- настоящее и будущее российского турбизнеса
- турбизнес и социальные медиасети
- панельные дискуссии.

Место проведения: Marriott Moscow Grand Hotel
Залы «Марфинский», «Кусковский»

Время работы:
4 апреля, 9.00 – 13.15

Регистрация для участия в конференции обязательна



Турбизнес

Генеральный директор
ИВАН КАЛАШНИКОВ
Заместитель генерального директора,
главный редактор
ЕЛЕНА БОРИСОВА
Заместитель главного редактора
ЯН ХВИЛЕР
Заместитель главного редактора,
главный художник
АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН
Редакция
СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ,
АННА ЮРЬЕВА
Корректор
МАРИНА МАРТЫНОВА
Художник
КОНСТАНТИН ПОТАПОВ
Дизайнер
СВЕТЛАНА ОБУХОВСКАЯ
Фотографии ЕВГЕНИЙ РОГОВ,
МИХАИЛ ТИМОНИН
Редактор сайта www.tourbus.ru
МИХАИЛ ШУГАЕВ
Отдел рекламы ОЛЬГА МАЛЬЦЕВА,
НАТАЛИЯ ДАЛЕВИЧ,
ЕВГЕНИЯ ШУМАНСКАЯ
Отдел распространения
ЛАРИСА ТАРАСЮК
Отдел workshop ЛЮДМИЛА СИВОВА
Приложения «Турбизнес»
АЛЕКСАНДР ПОПОВ
Компьютерная верстка и цветоделение
«ТРИАДА-ГРАФИК-МЕДИА»
Отпечатано в России
Тираж 8 000 экз.
Адрес редакции
Москва, Суворовская площадь, д. 2, стр. 3
Почтовый адрес
107031, Москва, а/я 32
Тел./факс (495) 723-72-72
E-mail редакции
tb@tourbus.ru
E-mail рекламного отдела
reclama@tourbus.ru
E-mail отдела workshop
workshop@tourbus.ru
Интернет www.tourbus.ru
Журнал «Турбизнес»
на Северо-Западе» (СПб)
(812) 335-08-83, 310-32-45
E-mail tourbus@westcall.net
000 «Турбизнес» 2012 Зак.



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

НЬЮСМЕЙКЕРЫ



ИГОРЬ КОЗЛОВ

Бывший генеральный директор
компании «Асент Трэвел» перешел
на госслужбу – возглавил управление
туризма в Комитете по туризму
и гостиничному хозяйству Москвы.



ТУОМО МЕРЕТНИЕМИ

Гендиректор финской группы
Oy Aurinkomatkat-Suntours Ltd Ab, кото-
рой принадлежит турфирма «Ауринко» –
они обе входят в группу Finnair, – объя-
вил о закрытии офиса в Петербурге.



НАДЕЖДА БАБКИНА

Народная артистка России стала лицом
«Главной Масленицы страны»
в Ярославле и впервые приняла участие
в масштабном городском празднестве.

В НОМЕРЕ

4 СОБЫТИЯ

10 ЗА РУБЕЖОМ

ТЕМА НОМЕРА

- 12 Анатомия банкротства
- 20 Бандитский Петербург-2
- 23 Узкие рамки разумного

26 ПРОФИЛЬ

РЕГИОНЫ РОССИИ

- 30 Перекресток цивилизаций
- 34 Бриллиантовая Якутия
- 35 Первый в России

ТРАНСПОРТ

- 38 Любовь с третьего взгляда
- 39 Осторожно – газы

41 ГОСТИНИЦЫ

КРУПНЫМ ПЛАНОМ

- 46 Средиземноморье – не забыть
запланировать

РЫНКИ

- 49 Безопасная и веселая
- 52 Новая португальская столица
- 56 Лечит людей вода
- 62 Молочное озеро, шоколадные берега
- 66 Таиланд – акценты на новинки
- 68 К японским берегам
- 71 Качество ручной сборки
- 76 Финляндия – коттеджный отдых

72 TOURIST BOARDS

КРУИЗЫ

- 82 Карнавалы мели
- 84 Клиенты выбирают надежность
- 86 Труженик моря

87 ОБРАЗОВАНИЕ

90 РАБОЧАЯ НЕДЕЛЯ

93 ТЕХНОЛОГИИ

98 VIP-КЛИЕНТ

100 ГОД В ИСТОРИИ

amazing THAILAND

Always Amazes You

Туристическое Управление Таиланда
Московский офис
www.tourismthailand.ru
Россия, 101000 Москва
Б.Спасоглинищевский пер., д. 9/1, стр. 16, офис 4
Тел.: (495) 623-25-05
Факс: (495) 623-27-73
info@tourismthailand.ru



Становитесь друзьями Таиланда на сайте
www.fanclub.tourismthailand.ru



О ГЛАВНОМ

Время перемен

Существует теория, что раз в десять лет каждый человек для достижения счастья и гармонии должен круто менять свою жизнь. Как минимум менять интерьер в квартире, место работы, как максимум город, где живет, и образ жизни в целом. Российскому туристическому рынку уже два раза по десять лет, но каких-либо серьезных перемен с ним на моей памяти ни разу не происходило. Все так же для большинства директоров турагентств работа скорее хобби, чем бизнес. Все так же владельцы и руководители туроператорских компаний руководствуются в работе личными амбициями, думают о завоевании доли рынка, росте капитализации любой ценой, а не об устойчивости бизнеса и увеличении его рентабельности. Все так же, как в начале 2000-х годов, с завидным постоянством происходят громкие банкротства турфирм. На каком еще другом рынке идут такие демпинговые войны и горящие услуги продаются вчетверо ниже реальной стоимости? Тема свежего номера – о последствиях такой коммерции. Но уже настало время перемен. И пора туристическому бизнесу в целом и каждой компании в отдельности, взяв пример с других успешных рынков ритейла (банковского, страхового и др.), стать более зрелыми и ответственными, подняться на новый уровень работы. Вы держите в руках новый номер «Турбизнеса». Видите, мы уже начали меняться... А вы?

ИВАН КАЛАШНИКОВ

Генеральный директор ИД «Турбизнес»



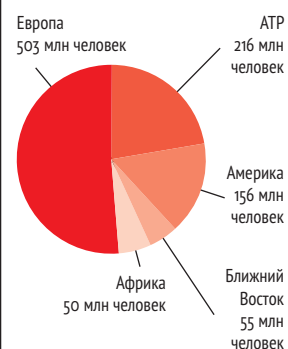
Три кита

Сеть железнодорожных путей свяжет три столичных аэропорта – Внуково, Домодедово и Шереметьево, путешествовать между которыми можно будет по единому проездному билету, – сообщили в конце февраля «Известия». Проект предусматривает строительство дополнительных остановочных пунктов на линиях «Аэроэкспресса», где можно будет сделать пересадку на Малое кольцо Московской кольцевой железной дороги. Эти транспортно-пересадочные узлы, как предполагается, будут интегрированы с линиями Московского метрополитена. Как сообщили в РЖД, окончательное решение о проекте будет принято до 2015 года, когда завершит-

ся реконструкция Малого кольца, которую ведет ОАО «Московская кольцевая железная дорога», совместная компания правительства Москвы и РЖД. К концу 2014 года планируется запустить пассажирское движение по 12 первоочередным остановочным пунктам. С 2016 года по МКЖД ежегодно рассчитывают перевозить более 250 млн пассажиров. Для этого будут задействованы 100 пар электропоездов в сутки с интервалом движения в часы пик до 5 минут. Часть транспортно-пересадочных узлов на Малом кольце будет строить дирекция железнодорожных вокзалов (филиал РЖД), остальные – департамент капитального ремонта Москвы.

СТАТИСТИКА

Туристские прибытия по регионам мира в 2011 году



Источник: UNWTO

ЦИФРА МЕСЯЦА

»» 2135

чартерных рейсов выполнили российские авиакомпании в январе 2012 года. Основной объем перевозок обеспечили 27 авиапредприятий. 36% всех рейсов были выполнены точно по расписанию, 3% вылетов отправились с более чем трехчасовыми задержками.

Источник: Росавиация

ПОДГОТОВИЛ ЯН ХВИЛЕР

ИЗРАИЛЬ

Мертвое море



Начиная
от 20 000
рублей

Израиль – окунитесь в море впечатлений!

Откройте для себя секреты молодости Мертвого моря! Окунитесь в целебные воды Мертвого моря, почувствуйте омолаживающий эффект грязевых ванн, насладитесь изысканной атмосферой спокойствия. Наполните жизнь впечатлениями – совершите путешествия к древней крепости Массادا, сафари по библейской пустыне.

 **ИЗРАИЛЬ**
www.goisrael.ru

Реклама

Официальный сайт Министерства туризма Израиля

ПОДГОТОВИЛИ
АННА ЮРЬЕВА,
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

Lufthansa довольна

«Во всей Европе авиационная индустрия сталкивается с серьезными вызовами, поэтому мы особенно рады, что все наши ожидания от российского рынка оправдываются – Россия стала самым успешным направлением нашей сети в 2011 году, – отмечает региональный директор Lufthansa в России и СНГ Рональд ШУЛЬЦ. – В частности, в аэропорту Пулково мы поставили новый рекорд – 400 тысяч пассажиров, что означает рост пассажиропотока на 15%». С 25 марта компания вводит новый рейс Санкт-Петербург – Гамбург. Перелет будет выполняться дважды в неделю и обеспечит пассажирам из Петербурга возможность путешествовать прямыми рейсами в уже четвертое по счету направление в Германии после Франкфурта, Мюнхена и Дюссельдорфа. Включив в расписание новый маршрут, Lufthansa увеличит количество рей-



сов из Северо-Западного региона России в Германию до 58 в неделю. Компания расширяет спектр предложений и для пассажиров из Москвы – с 25 марта будут введены дополнительные рейсы во Франкфурт из Внукова (дважды в день), а с 3 июня 2012 года компания предложит перелеты из Внукова в Берлин (аэропорт Вилли Брандт) – также дважды в день.

Инвестор для Marriott

В ближайшие годы в России появятся 30 отелей американской сети Marriott International. Они будут построены в партнерстве с «Трансстройбанком». Планируется открывать по 3–4 отеля в год. Уже в текущем году строительство начнется в Нижнем Новгороде и Омске. Кроме того, запланировано появление отелей американской цепочки в Кемерово, Ростове, Альметьевске и Нижнекамске. Об этом заявил президент «Трансстройбанка» Петр Читипаховян на церемонии открытия Courtyard by Marriott Irkutsk City Center в Иркутске. По его словам, непосредственно в иркутский отель было вложено 45 млн евро, соинвестором проекта выступил австрийский Erste Bank.

ВОПРОС МЕСЯЦА

Сколько вы потратите на путешествия в текущем году?

Больше, чем в прошлом году
7,45%

Столько же, сколько и в прошлом году
45,10%

Меньше, чем в прошлом году
19,61%

Не буду путешествовать вообще
1,96%

Еще не знаю
5,88%

Источник: голосование на сайте Independenttraveler.com

Рейтинг

Лучшие в круизном бизнесе

Лайнер Amsterdam, Holland America Line (регион Аляски)

Лайнер Disney Dream, Disney Cruise Line (регион Багамских островов)

Лайнер Celebrity Eclipse, Celebrity Cruises (Карибский регион)

Лайнер Azamara Quest, Azamara Club Cruises (регион Средиземноморья)

Лайнер Celebrity Equinox, Celebrity Cruises (круизы из Флориды)

Лайнер Celebrity Summit, Celebrity Cruises (круизы с Северо-Восточного побережья Америки)

Лайнер Amsterdam, Holland America Line (круизы с Западного побережья Америки)

Источник: Cruisers' Choice Awards 2012

Бюджет не резиновый

Власти российской столицы намерены оказать помощь инвесторам, которые решат вложиться в гостиничный бизнес. На бюджетные средства отели строиться больше не будут. Об этом заявил заместитель мэра Москвы по вопросам экономической политики Андрей Шаронов. Он подчеркнул, что перед Москвой стоит задача создать как можно больше туристических гостиниц, а также специализированных средств размещения, таких как hostels и motels. Это сделает столицу более привлекательной для путешествующих с куль-

турно-историческими целями. Согласно программе развития индустрии отдыха и туризма в Москве на 2012–2016 годы, на которую выделено 4,3 млрд рублей, власти рассчитывают, что количество желающих посетить столицу вырастет в 1,7 раза и превысит 6 млн человек.



ВПЕРЕД, ЗА ПРИКЛЮЧЕНИЯМИ!

Морской круиз
Морское путешествие вдоль прекрасных берегов Турецкой ривьеры можно совершить на галее – двухмачтовом судне традиционной конструкции.



goturkey.com
Официальный туристический портал Турции

A STAR ALLIANCE MEMBER
TURKISH AIRLINES

turkishairlines.com

Турция
открыта каждому

Ждем в гости

Реклама

Финансовое обеспечение деятельности туроператоров

Страхование ответственности: проблемы и перспективы в свете громких банкротств туроператорских компаний

Начало года принесло новое потрясение на туристическом рынке. Обанкротился крупный российский туроператор «Ланта-тур вояж», который до этого более 20 лет успешно работал на рынке. Громкое банкротство породило очередную волну дискуссий по поводу трансформации туристического законодательства, изменения политики в области ответственности туроператора, а также роли страховых компаний в этом процессе. О том, какие меры могут предотвратить подобные ситуации в будущем и максимально нивелировать негативные последствия уже сегодня, рассказывает управляющий директор по массовым видам страхования Ренессанс Страхования ЕЛЕНА СКУРАТОВА.

Елена, актуальность серьезного изменения законодательства стала очевидна уже в 2010 году после краха ряда туроператоров, крупнейшим из которых стало банкротство «Капитал Тура». Что было сделано за прошедшее время с точки зрения регулирования рынка? Трансформация законодательства в области туризма происходит постоянно на протяжении последних нескольких лет. Но, как показывает практика, эффективные решения до сих пор не найдены. Регулярно звучат предложения по ужесточению требований к туроператорам по уставному капиталу, наличию активов, рассматриваются поправки, касающиеся обязанности турагентств продавать путевки от имени и по поручению туроператоров, ставятся вопросы повышения размера финансового обеспечения для крупных туроператоров, создания реестра турагентств. Но очевидно, что нужны конкретные шаги, которые приведут к системному улучшению положения в отрасли в целом.

Что нужно менять с точки зрения страхования? Необходимо проработать механизм пропорциональной выплаты, который будет работать в случае недостаточности страховой суммы для покрытия всех требований. Сейчас этот вопрос зафиксирован, но требуется детализация по закреплению реестра, механизма расчета самой пропорции, по срокам выплаты, так как подобные случаи происходят с крупными туроператорами и затрагивают интересы большого количества людей. Кроме того, для защиты интересов наших граждан следует позаботиться и о рисках, связанных с жизнью и здоровьем туристов, особенно в ситуациях, когда страховой суммы не хватает для лечения или медицинской транспортировки. Решить данную проблему поможет закрепление в законе «Об основах туристской деятельности» минимального стандарта услуги по страхованию медико-транспортных расходов выезжающих за рубеж на сумму не менее миллиона рублей, которую должен рекомендовать и обеспечить

туристу отправляющий его в путешествие туроператор. Сейчас также активно обсуждается предложение ввести страхование ответственности по каждому проданному полису. Страхование ответственности туроператора по каждому туру – это вполне реализуемое предложение, при наличии соответствующей законодательной платформы, готовности участников рынка и проработанной инфраструктуры.

Игроки рынка уже не раз предлагали ввести в туризме саморегулирование, насколько действенным может оказаться этот инструмент, с вашей точки зрения? На наш взгляд, это очень правильная инициатива. Создание компенсационного фонда туроператоров поможет компаниям оперативно справляться с форс-мажорными ситуациями, такими как экстренный вывоз туристов из страны пребывания, оплата гостиниц и т.д. Не стоит забывать, что страхование работает по принципу компенсации, и выплата по закону предусмотрена в срок до 30 календарных дней после предоставления соответствующих подтверждающих документов. А зачастую проблемы нужно решать прямо «здесь и сейчас». Более того, суммы выплат по ответственности крупных туроператоров составляют сотни миллионов рублей, а в случае увеличения лимитов, они станут еще выше. Но крупных устойчивых страховых компаний, способных оперативно возместить такие убытки, на рынке не так много. Поэтому дополнительные институты, гарантирующие стабильность туристической отрасли в целом, будут необходимы.

Рассуждая о необходимости новых институтов, хочется спросить, а по каким стандартам действуют существующие игроки рынка, в частности, страховые компании? Российский туристический рынок в целом не совсем прозрачен. Но страховое сообщество работает над разработкой стандартов. В частности, в рамках Всероссийского союза страховщиков идет работа над стандартными правилами страхования медицинских и медико-транспортных расходов, которые будут отвечать современным реалиям и станут закрепленным стандартом. Таким образом, турист, заключая договор на основе стандартных правил, будет уверен в том, что он получит гарантированный набор услуг.



Вас ждут дальние страны и неизведанные маршруты, романтика морей и величие гор, ритм больших городов и скромное обаяние провинциальных улочек.

В любой стране мира, на любом маршруте мы заботимся о вас и всегда готовы помочь в трудную минуту.

Формула путешествия®

8 800 333 8 800

www.renins.com

РУБРИКУ ВЕДЕТ ЯН ХВИЛЕР

Счет на миллиарды



В октябре 2011 года в мире произошло знаковое событие – на нашей планете родился семимиллиардный житель. В текущем году, по мнению экспертов, будет поставлен еще один рекорд – к ноябрю-декабрю общий объем международных туристских прибытий впервые превысит отметку в

один миллиард. Во всяком случае, такой прогноз дает Всемирная туристская организация UNWTO, напоминая, что в 2000 году число туристов в мире составило 674 млн, в 2010 году – 939 млн, а в 2011 году – 980 млн человек. «Несмотря на объективные сложности, в том числе продолжающийся

глобальный экономический кризис, количество туристских прибытий в мире выросло в 2011 году на 4,4%, – отмечает генеральный секретарь UNWTO Талеб Рифай. – В настоящее время индустрия гостеприимства обеспечивает 5% мирового ВВП, 6% мирового экспорта, в странах с развитой и развивающейся экономикой в отрасли занят каждый двенадцатый человек». Лидером среди регионов мира по росту объемов турпотока стала Европа (502 млн туристов, +6%). С точки зрения увеличения доходов отрасли среди ведущих туристических направ-

лений выделяются США (+12%), Испания (+9%), Гонконг (+25%) и Соединенное Королевство (+7%). По динамике расходов на отдых лидируют такие страны, как Китай (+38%), Россия (+21%), Бразилия (+32%) и Индия (+32%). В развитых странах эти показатели заметно ниже, например, Германия +4%, США +5%. По мнению экспертов, в обозримом будущем наиболее динамично будут развиваться экономики стран БРИК – Бразилии, России, Индии и Китая. Именно они представляют особый интерес для инвесторов, в том числе в сфере туризма.

Неплохо заработали

Соединенное Королевство упрочило свои позиции на международном туристическом рынке. В прошлом году зарубежные гости принесли стране 17,7 млрд фунтов стерлингов – в среднем 580 фунтов за поездку. По данным VisitBritain, число иностранцев, посетивших Великобританию с туристическими целями (то есть без учета бизнес-поездок и посещений друзей и родственников), тоже было рекордным – около 12 млн визитов. В общей сложности в 2011 году Соединенное Королевство приняло 30,61 млн гостей из-за рубежа – на 3% больше, чем годом ранее. Это наивысший показатель за последние 4 года. Наиболее удачными стали первые три квартала года – существенно выросли объемы прибытий из Австралии, США, Италии, Нидерландов и Бразилии. Так, число североамериканских туристов выросло на 5% и составило 3,57 млн человек. Для сравнения, британцы в 2011 году совершили чуть более 56 млн зарубежных поездок (+1%),

их суммарные расходы за границей сократились на 2% – до 31 млрд фунтов стерлингов. При этом выросло количество путешествий в страны Европы, тогда как турпоток в США снизился на 3%.



БРЕНДЫ КЛАССА «ЛЮКС»

»»» В середине января в Пекине были названы сто самых высоко ценимых люксовых брендов 2012 года по версии ассоциации World Luxury Association. Этот рейтинг часто называют «Оскаром в мире Luxury». Победители определяются в разных номинациях: мода, часы, спиртные напитки, косметика, ювелирные изделия и т.п. Одна из номинаций определяет лучшие мировые курорты класса «люкс».



«»» Небоскреб Burj Khalifa в Дубае и Институт искусств в Чикаго

Символы мирового туризма

Новое онлайн-исследование, результаты которого были опубликованы в конце января, определило самые знаковые достопримечательности нашей планеты в различных категориях

МОСТЫ

- 1 Grand Canyon Skywalk, Аризона
- 2 Henderson Waves Pedestrian Bridge, Сингапур
- 3 Виадук Millau, Франция
- 4 Ponte della Costituzione, Венеция
- 5 Langkawi Sky Bridge, Ланкави, Малайзия

МУЗЕИ

- 1 Музей Soumaya, Мехико
- 2 Музей современного искусства в Форт-Форве, Техас
- 3 Музей современного искусства, Бостон
- 4 Институт искусств, Чикаго
- 5 Музей De Young, Сан-Франциско

ПАРКИ

- 1 Национальный мемориал 11 сентября, Нью-Йорк
- 2 «Миллениум-парк», Чикаго
- 3 «Сэндс Скайпарк», Сингапур
- 4 «Хайлайн», Нью-Йорк
- 5 «Метрополь Парасоль», Севилья

НЕБОСКРЕБЫ

- 1 New York by Gehry, Нью-Йорк
- 2 Burj Khalifa, Дубай
- 3 Turning Torso, Мальмё, Швеция
- 4 Swiss Re Building, Лондон
- 5 Штаб-квартира Центрального телевидения КНР, Пекин

СТАДИОНЫ И СЦЕНЫ

- 1 Национальный стадион, Пекин
- 2 Концертный зал Уолта Диснея, Лос-Анджелес
- 3 Плавательный комплекс «Водяной куб», Пекин
- 4 Стадион «Уэмбли», Лондон
- 5 Оперный театр Винсpear, Даллас

КЛАССИЧЕСКИЕ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ

- 1 Эйфелева башня, Париж
- 2 Статуя Свободы, Нью-Йорк
- 3 Мачу-Пикчу, Перу
- 4 Колизей, Рим
- 5 Мост Golden Gate, Сан-Франциско

ИСТОЧНИК: ETURBONEWS.COM

РЕЙТИНГ WLA

- 1 Wakaya Club, Фиджи
- 2 North Island, Сейшелы
- 3 Hotel Turtle Island, Фиджи
- 4 Fregate Island Private, Сейшелы
- 5 Hotel Le Toiny, Сен-Бартелеми
- 6 Burj Al-Arab, ОАЭ (на фото)
- 7 Le Sirenuse, Италия
- 8 Armani Hotel Dubai, ОАЭ
- 9 W-Hotel-Puerto Rico, Пуэрто-Рико
- 10 Amanruya, Турция



Тб

Анатомия банкротства

«Капитал Тур» и «Ланта-тур вояж» – не единственные туроператоры, которые столкнулись с финансовыми трудностями за последние два года. Резонансным банкротством последних лет на отечественном туррынке стал крах турецко-австрийского оператора Vasco, который «утацил» за собой свою российскую дочку «Детур». Это произошло в 2008 году. Банкротство стало импульсом для пересмотра правил игры, но зимой 2010 – 2011 стало понятно, что рынок опять штормит.

ТЕКСТ АННА БАСЫРОВА



»» Свыше

6 тысяч

пострадавших туристов компании «Ланта-тур вояж» обратились с заявлениями в ОСАО «Ингосстрах». Всего пострадало 7900 клиентов компании.

ОТ «ИННЫ» ДО «КАПИТАЛА» И ОБРАТНО

Созданная в 1992 году Инной и Игорем Бельтюковыми «Инна-тур» к началу 2000-х годов стала одним из крупнейших туроператоров. Бельтюковы прославились на туррынке тем, что для создания компании заложили собственную однокомнатную квартиру. Вскоре «Инна-тур» стала общепризнанным лидером на французском направлении. В период с 1995 по 2003 годы она была бессменным лидером среди агентов национального авиаперевозчика «Аэрофлот – российские авиалинии». В сентябре 2000 года «Инна-тур» стала первым туроператором в России, привлечшим стороннего инвестора. Компания продала 75% своих акций группе «Гута». По данным газеты «КоммерсантЪ», к концу 2000 года оборот «Инны» составил \$40 млн, а спустя пару лет вырос втрое. Однако уже в 2003 году отношения партнеров испортились. Инна и Игорь про-

дали «Гуте» оставшиеся 25% акций и со скандалом покинули компанию. Многие конкуренты «Инны-тур» считали, что разрыв произошел из-за слишком агрессивной политики продвижения фирмы на направлениях массового отдыха. В «Гуте» ее посчитали слишком затратной. Сама Инна Бельтюкова объясняла произошедшее иначе. По ее словам, по договоренности с «Гутой» они стали искать стратегического инвестора и уже в начале 2000-х встречались с топ-менеджерами TUI. Однако затем «Гута» изменила планы, что и стало причиной разрыва отношений. В 2004 году «Инну» купила компания «ВИП Сервис». С 2008 года группа «ВИП Сервис / Инна Тур» входила в рейтинг журнала «Форбс» и по итогам 2009 года занимала 38 место среди 200 крупнейших непубличных компаний РФ. Уже через полгода после ухода из «Инны» Бельтюковы основали новую компанию «Капитал Тур». На начальных этапах фирма получила \$5 млн инвести-

ций от двух российских банков. Партнером Инны и Игоря Бельтюковых также стала Мила Граник. На тот момент она владела американской турфирмой Sunrise, занимавшейся отправкой туристов на Карибские острова. Она помогла «Капитал Туру» поднять первую чартерную цепочку из Москвы в Доминиканскую Республику. Правда, уже в 2005 году Мила Граник отошла от дел. Она продала Sunrise и свою долю в «Капитале». С самого начала «Капитал Тур» вышел на рынок как многопрофильный туроператор с достаточно агрессивной политикой. Еще в 2004 году его руководство сообщило газете «Турифо» о том, что оборот компании составляет \$40 млн при 52 тысячах обслуженных клиентах. В 2009 году оборот компании вырос до \$507 млн, а количество клиентов – до 1,7 млн, из которых 272 тысячам были проданы полные турпакеты, а 1,4 млн – авиационные и железнодорожные билеты. «Капитал Тур» вышел на рынок с собственным ноу-

хау. Предполагалось, что это будет международный холдинг, в который войдет российский оператор, отправляющий туристов за рубеж, и совместные предприятия в принимающих странах. Собственно ноу-хау компании заключалось в том, что «Капитал Тур» собирался получать доходы с совместных предприятий на паритетных началах, но вкладываться в эти предприятия должны были иностранные партнеры. Вместо денег «Капитал» гарантировал принимающим компаниям увеличение турпотока из России как минимум в два раза. Такой подход был удобен крупным зарубежным компаниям, обладающим собственными отелями и другими объектами туристической инфраструктуры. Известно, что, экономя на туре, на месте россияне обычно оставляют значительные суммы денег. «Капитал Тур» ввел в оборот и другие новинки. Например, в компании было принято решение отказаться от института уполномоченных агентств в поль-



»»» Инна Бельюкова окончила экономический факультет Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. В 1988 году защитила кандидатскую диссертацию на тему «Планирование туристско-экскурсионной деятельности в СССР». В 1991 году проходила стажировку в американском туристическом агентстве Moore Travel, штат Миссури. С 1988 по 1991 годы была старшим научным сотрудником ЦЭНИИ при Госплане РСФСР. С 1992 по 2002 годы являлась акционером и генеральным директором компании «Инна-тур». С 2003 года возглавляла «Капитал Тур», являясь совладельцем компании.

»»» 81,1 млн рублей должен «Капитал Тур» Инне Бельюковой – своему же собственному владельцу.

зу собственных представительств. Все агентства компании получили равные условия сотрудничества. Благодаря многопрофильности «Капитал Тура» работать с ним было удобно: не бросаясь в поиски по различным системам, менеджеры агентств бронировали весь спектр услуг у одного поставщика. В результате уже в 2006 году, по данным газеты «Коммерсантъ», компания обслужила 658 тысяч туристов, став по этому показателю абсолютным лидером. Для сравнения, второе место занял «Тез Тур», отправив за год за рубеж 650 тысяч человек. В 2007 году услугами «Капитала» воспользовались уже почти 1,4 млн человек. Сама Инна Бельюкова объясняла такие темпы развития высокой технологичностью компании. Однако конкуренты думали иначе. Большинство из них и тогда, в 2006–2008 годах, говорили о заниженных ценах на продукт «Капитала». Отмечалось, что с каждого проданного пакета Инна Бельюкова уходила в минус на \$50–100. Более того, некоторые агентства вспоминали, что при раскрутке направления Инна предлагала менеджеру за каждый проданный тур по \$100. Правда, находились и контраргументы: по большинству направлений комиссия «Капитала» не превышала стандартные 10%. Некоторые турагентства получали по 12–15%.

Руководство «Капитал Тура» не отрицало, что норма прибыли у бизнеса небольшая. По словам Инны Бельюковой, она и задумывала такую норму прибыли, которая должна была окупаться большими оборотами. Инна Бельюкова признавала на одной из пресс-конференций, что росту «Капитала» помогают банковские кредиты. Рассчитываться с банками она хотела также за счет инвесторов. Однако поиск инвесторов превратился из планов в срочную необходимость уже в ноябре 2010 года.

В сентябре 2010 года «Русславбанк» отказался от спонсирования оператора. Задолженность «Капитала» перед этим коммерческим учреждением составила \$11 млн. Банк начал списание денег со счетов компании, в результате чего «Капитал Тур» был отключен сразу от нескольких систем бронирования авиабилетов. В банковской сфере понимали, что на тот момент «Капитал» задолжал им слишком много (озвучивалась сумма в \$42 млн), чтобы тихо уйти с рынка. Поэтому было принято негласное решение не предпринимать односторонних действий в отношении оператора.

Первым соглашением нарушил «Московский кредитный банк». Этому банку «Капитал» задолжал 45 млн рублей. В ноябре 2010 года «МКБ» через суд заморозил счета «Капитал Тура», в результате чего деятельность компании оказалась парализована. Так, на открытый в «Мастер-Банке» счет ООО «Капитал Тур» был наложен арест в пределах 44,304 млн рублей. Банк предлагал «Капиталу» пролонгиро-

вать кредит до января 2010 года, но туркомпания это предложение не приняла. Тем не менее под давлением общественного резонанса (заложниками проблем «Капитала» оказались более 10 тысяч туристов) и после очередных переговоров с Инной Бельюковой «МКБ» отозвал свое искомое заявление к «Капиталу» и разморозил счета компании.

Друг за другом требования к «Капитал Туру» стали предъявлять все новые кредиторы. Выяснилось, что «Мастер-Банку» компания задолжала от 120 до 150 млн рублей, «Глобэксу» – 116 млн рублей. Еще один кредитор – «Росбанк» – сумму задолженности не анонсировал. Хуже всего складывалась ситуация за границей, где туристов либо не заселяли в отели, либо не выпускали из гостиниц до полной оплаты проживания. Все это время Инна Бельюкова вела переговоры с кредиторами о реструктуризации долгов и искала инвесторов.

Стоит отметить, что Инна Бельюкова всегда славилась своей почти гипнотизирующей убедительностью. Поэтому совсем скоро после приостановки деятельности у «Капитала» появился потенциальный инвестор – банк Михаила Прохорова и Виктора Вексельберга «МФК». В «МФК» сообщали, что инвесторы договорились с владельцами «Капитал Тура» о денежных вливаниях на сумму до \$15 млн. Для того, чтобы сделка состоялась, банкиры выдвинули свои требования. В течение 10 дней Бельюковы должны были разработать детальный бизнес-план на ближайшую и среднесрочную перспективу для определения точной потребности в денежных средствах. Помимо этого, руководством туроператора должна была быть достигнута договоренность с банками-кредиторами о комплексной и полной реструктуризации финансовой задолженности «Капитал Тура», а в течение срока переговоров с кредиторами не должно было происходить радикальных изменений финансовых показателей компании. Эти требования «Капитал Туру» выполнить не удалось, сделка не состоялась.

В «Капитал Туре» не спешили с заявлением о собственном банкротстве. На все вопросы журналистов Инна Бельюкова отвечала односложно: «В настоящее время переговоры с банками не завершены, о дальнейших действиях мы сообщим позже». Переговоры с потенциальными инвесторами то активизировались, то снова срывались вплоть до конца 2010 года. 30 декабря Арбитражный суд Москвы наконец зарегистрировал заявление ООО «Капитал Тур» о собственном банкротстве. Интересно, что на первом слушании 14 февраля 2011 года суд не усмотрел в компании признаков банкротства и посоветовал разобраться с бухгалтерией. Процедура наблюдения в отношении компании была введена примерно через два месяца.

16 мая 2011 года Арбитражный суд Москвы признал обоснованным заявление о собственном банкротстве ООО «Компании Капитал Тур». В обоих случаях временным управляющим был назначен Евгений Шкляев.

Неожиданный поворот произошел на первом собрании кредиторов «Капитал Тура». Точнее, собрание так и не состоялось из-за того, что на него не явились основные кредиторы. Ими оказались ООО «Компания Капитал Тур» и лично Инна Бельюкова. По данным, указанным в определении арбитражного суда, сумма задолженности «Капитал Тура» перед ООО «Компанией Капитал Тур» составляет 668,6 млн рублей. Самой Инне Бельюковой ее же «Капитал Тур» задолжал 81,1 млн рублей. Для сравнения, одному из крупнейших кредиторов банку «Русский славянский банк» бывший оператор должен 238,1 млн рублей, «ВДМ кредиту» – 138,6 млн рублей, «Глобэксу» – 109,7 млн рублей. Сама Инна Бельюкова подтвердила информацию о том, что она является крупнейшим кредитором собственной компании: по данным системы «СПАРК-Интерфакс», ООО «Компания Капитал Тур» принадлежит владельцам ООО «Капитал Тур» супругам Инне и Игорю Бельюковым. Сложившуюся ситуацию Инна Бельюкова объяснила тем, что в сентябре 2010 года она взяла кредит у «Мастер-Банка» и вложила эти деньги в спасение оператора «Капитал Тур».

Инна Бельюкова неоднократно заявляла в прессе, что не намерена оставлять туристический бизнес. Поэтому пока шла процедура банкротства двух «Капитал Туров», она вновь вспомнила об «Инне-тур». Этой компанией по-прежнему владел «ВИП-Сервис». Инна Бельюкова начала переводить в штат «Инны-тур» топ-менеджеров «Капитала», перевезла офис «Инны» на проспект Мира (здесь раньше находился «Капитал») и принялась за активное развитие бизнеса. Соучредителем «Инны» стала бывшая заместитель генерального директора туроператора «Капитал Тур» Татьяна Сергеева. Работающие в компании до прихода «капиталовцев» сотрудники начали делиться информацией по поводу слишком частых посещений «Инны» Инной Бельюковой. Пошли слухи, что она купила «Инну-тур» либо заняла в ней руководящую должность. Эти слухи опроверг Дмитрий Горин, сообщив, что Инна Бельюкова просто помогает трудоустроиться своим бывшим сотрудникам.

В «Инне-тур» также решили запустить необычную программу лояльности для туристов, пострадавших от банкротства «Капитала». На сайте «Капитал Тура» появилось сообщение о том, что компания считает своим «профессиональным и гражданским долгом» возместить ущерб, нанесенный партнерам и клиентам. В рамках возмещения агент-

ствам предлагалась повышенная комиссия от «крупных туроператоров». Известно, что участие в программе принимало только ЗАО «Инна-тур». Агентства благодаря повышенной комиссии могли якобы предоставлять клиентам весьма существенные скидки. Иными словами, чтобы клиенту возместить потерянные когда-то 1000 долларов за тур «Капитала», ему надо было купить 10 туров аналогичной стоимости с «беспрецедентной скидкой» в 10%. Программа лояльности сразу вызвала оживленное обсуждение рынка, участники которого зачастую проводили аналогии с «МММ».

Совсем скоро ситуация прояснилась. На поле вышел новый игрок – группа «Ре-Инвест» в лице ее основного владельца Алексея Алякина. На пресс-конференции, проведенной после подписания договора с «ВИП-Сервисом» о приобретении «Инны-тур», Алексей Алякин заявил, что намерен в скором времени вывести «Инну» в Топ-10 российских туроператоров. Он планировал вложить в «Инну-тур» около \$10 млн. Инвестором должна была стать сама группа «Ре-Инвест». Клиентам «Инны-тур» помимо турпродукта Алякин планировал предлагать кредиты. «Мы вложим деньги не в «Инну-тур» конкретно, а в саму систему. Нет еще на рынке ни одного продукта, куда банковский сегмент был бы введен хотя бы частично. Мы будем пытаться его вводить. Это может быть кредитование под турпродукты, кобрендинговые продукты, предоставление мгновенных кредитов за рубежом, сервисы по телефонии и так далее», – сообщил Алексей Алякин. Сумма сделки не разглашалась, но гендиректор «ВИП-Сервис» Дмитрий Горин сообщил, что «Инна» продана на выгодных условиях.

Алексей Алякин не стал ломать концепцию работы «Инны-тур». Осталась многопрофильность, штат и даже программа лояльности, придуманная Инной Бельюковой. Алякин стал гендиректором компании, а Татьяна Сергеева – его заместителем. На пресс-конференции Алексей Алякин сообщил, что высоко ценит достижения Инны Бельюковой. Поэтому пообещал создать для нее новую должность – «независимый директор» и всячески прислушиваться к ее мнению. Правда, вскоре гендиректор «Инны-тур» сменился. Согласно базе данных «СПАРК-Интерфакс», 28 декабря 2011 года во главе компании встал Константин Фокин. Он на протяжении долгих лет работал с Инной Бельюковой, занимался обычно техническими вопросами и IT-технологиями.

Алексей Алякин в соучредителях и руководителей ЗАО «Инна-тур» больше не значится. Анонимный источник в отрасли рассказал, что он по-прежнему сотрудничает с Инной Бельюковой. Их периодически видят вместе на бизнес-мероприятиях. Но его статус в компании неизвестен.

СПРАВКА «ТБ»

»»» Группа компаний «Ре-Инвест» основана в 1994 году, объединяет кредитные, строительные, транспортные организации и предприятия культурно-развлекательной сферы. В группу входят банки «Интеркапитал», «Окский», занимающие в рейтинге «Интерфакса» 578-е и 898-е места по собственному капиталу. Среди активов группы также значатся банки «Пушкино» (180-е место в рейтинге по активам в регионе Москва) и «АБ-Финанс» (160-е место). Другой актив – кинокомпания Pygmalion Production. Алексей Алякин является председателем правления ОАО КБ «АБ-Финанс», имеет десятилетний опыт работы на госслужбе.





»» Торговая марка «Ланта-тур» была зарегистрирована в 1991 году. Изначально фирма не занималась туризмом, но позже в ней появился туристический отдел. Его и возглавила Людмила Пучкова. Со временем туристический профиль фирмы стал доминирующим, а потом и единственным. Людмила Пучкова выкупила бизнес у бывших собственников компании, и в 1997 году фирма была преобразована в холдинг «Ланта-тур вояж».

Интересно, что за несколько месяцев до сделки с Алексеем Алякиным, 2 апреля 2011 года, в ЕГРЮЛ появилось еще одно ЗАО «Инна». Его единственным учредителем и руководителем значится Татьяна Сергеева. Юридический адрес ЗАО «Инна» совпадает с ЗАО «Инна-тур» (проспект Мира, д. 95, стр. 1). Эта компания так и не была внесена в единый федеральный реестр туроператоров, что позволяет сделать вывод о том, что пока ее заморозили. Как предположил один из источников, «Инну» создали как новую компанию для Инны Бельтюковой, но в ней отпала необходимость из-за появления «Ре-Инвеста». Возможно, она пригодится в будущем.

НЕСЧАСТЬЕ ПОМОГЛО

По иронии судьбы «Ланта-тур вояж» долгое время считалась одним из основных конкурентов «Капитал Тура». Интересы компаний пересекались на французском направлении. Оно было основным у «Ланты». Другими ключевыми направлениями туризма в «Ланте» стали Чехия, Италия, Юго-Восточная Азия. По итогам 2009 года в рейтинге крупнейших российских турфирм «Ланта-тур вояж» занимала 17 место с оборотом в 3,3 млрд рублей и 120 тысячами обслуженных клиентов, из которых 106 тысяч приобрели полные турпакеты. В ночь с 27 на 28 января 2012 года «Ланта-тур вояж» официально объявила о приостановке своей деятельности. В письме, разосланном партнерам-агентам, говорилось, что приостановка работы связана с невозможностью надлежащим образом финансово обеспечить туристам заказанные услуги. Прием денежных средств во всех офисах продаж компании на территории РФ был прекращен с 28 января 2012 года. Компания также рекомендовала тем туристам, которые еще не успели улететь за границу, не пытаться это делать. Изначально сообщалось о примерно трех тысячах туристов за границей и тысяче людей, ожидающих своего тура. Со временем выяснилось, что пострадало около 7 тысяч клиентов. Турбизнес обвинил в банкротстве «Ланты» одного из ее кредиторов «Мастер-Банк». Ту же кредитную организацию, которая первой наложила арест на счета «Капитал Тура». По словам пресс-секретаря РСТ Ирины Тюриной, «Мастер-Банк» не дал «Ланте» очередной кредит в 30 млн рублей. Она также отметила, что на российском туррынке царит демпинг, а компании приходилось следовать установленным конкурентами правилам. Однако в «Мастер-Банке» свою причастность к банкротству компании отрицали. «У такой крупной компании не может быть одного единственного кредитного института», — заявил советник председателя правления «Мастер-Банка» Егор Альтман. Приостановка деятельности «Ланты-тур вояж» стала

неожиданностью для рынка и вызвала не меньший общественный резонанс, чем банкротство «Капитала». Сыграл свою роль и еще один фактор: проблемы оператора совпали с предвыборной президентской гонкой. Поэтому развитие ситуации происходило несколько по иному сценарию. Во-первых, руководством «Ланты» быстро заинтересовался следственный комитет. Буквально за сутки следствие нашло в действиях Людмилы Пучковой признаки мошенничества и возбудило уголовное дело. Этого не случилось с Инной Бельтюковой. Все обращения в милицию туристов компании и ее партнеров были отклонены. Этот факт вызвал недоумение не только у турбизнеса, но и у банков. Так, тот же банк Прохорова «МФК» написал письмо на имя министра внутренних дел Рашида Нургалиева с просьбой обратить внимание и на другие финансовые пирамиды в турбизнесе. Они напомнили, что потери банков при банкротстве «Капитала» составили не менее \$50 млн. «Анализ представленных в наш адрес документов из разных источников позволил сделать однозначный вывод: Бельтюкова И.В., являясь руководителем коммерческих организаций ООО «Капитал Тур», ООО «Компания Капитал Тур» в период с апреля по ноябрь 2010 года, незаконно получала кредиты путем предоставления бухгалтерской документации, содержащей заведомо ложные сведения», — говорится в письме «МФК». Банк подал заявление в ГУВД Москвы, но там им не заинтересовались: не были соблюдены ни сроки рассмотрения, ни предписанные законом процедуры. Например, в ГУВД так и не вызвали на допрос сотрудников «Капитала», его бухгалтеров, не проверили отчетность двух компаний и целевое использование кредитных средств. Почти весь текст постановления об отказе в возбуждении уголовного дела основывается на объяснении самой Инны Бельтюковой. В «МФК» выразили сомнения, что деньги удастся вернуть, но попросили возбудить уголовное производство в отношении Инны Бельтюковой, как это было сделано следственным комитетом России в отношении Людмилы Пучковой. Информации о том, что на письмо «МФК» был получен ответ, нет. В дело с «Лантой» вмешался участвующий в предвыборной гонке премьер-министр Владимир Путин. Он не увидел в действиях руководства компании признаков мошенничества и поручил «ВТБ» предоставить компании кредит на сумму, необходимую для восстановления деятельности и возврата туристов с мест отдыха. Соглашение «Ланты-тур вояж» и банка «ВТБ» стало, пожалуй, самым быстрым одобрением корпоративного кредита в истории. Руководство «ВТБ» в лице его главы Андрея Костина приняло решение буквально за ночь. Можно считать, что договор с «ВТБ» стал гарантией

того, что в ближайшее время «Ланта» банкротом себя не объявит. Дело в том, что поручителями по кредиту выступили сами Людмила и Игорь Пучковы. То есть отвечать за возврат этих \$7 млн они будут личным капиталом. Этого бы не было, будь кредит дан, например, под залог самой компании. Свои финансовые сложности Людмила Пучкова объясняла демпингом на туррынке. Он пояснила, что особенно неудачными как для рынка в целом, так и для компании «Ланта-тур вояж» стали последние два сезона. «Новый год практически не продавался. Сказались кризис и демпинг», — отметила гендиректор «Ланты-тур вояж». С ней согласился глава Минспорта Виталий Мутко. Он также присутствовал на церемонии подписания договора. «Это рыночная отрасль, где могут быть свои проблемы. Сейчас мы опять вернемся к обсуждению поправок в закон. Конечно, мы думаем и о введении саморегулируемых организаций. Они имеют свой страховой фонд, который позволит решать такие проблемы без обращения к банку», — отметил Виталий Мутко. Еще одним обвиняемым по делу «Ланты» оказался «Аэрофлот». Этому перевозчику компания задолжала более 60 млн рублей. В письме, подписанном бывшими сотрудниками туркомпании, сообщалось, что заместитель генерального директора по коммерции Андрей Калмыков напрямую использует свои должностные возможности для лоббирования и решения вопросов личного бизнеса. «Ни для кого не секрет, что до своего назначения в Минтранс, а затем в «Аэрофлот» А. Калмыков владел туристическим холдингом «Санрайз», которым он, как нам известно, продолжает руководить и формально владеть через ближайших родственников: свою мать, сестру, жену и ее брата, который, кстати, по нашей информации, также является сотрудником «Аэрофлота». В этой связи не вызывает удивления то, что корпоративные интересы «Аэрофлота» совпали с «деловыми интересами» А. Калмыкова, и он максимально использует ресурс авиакомпании в своих личных целях», — говорится в письме. Действительно, по данным «СПАРК-Интерфакс», 1% «Санрайз тур» принадлежит Александру Фадееву, а 99% этой компании — «Санрайз эссет менеджмент», которая на паритетной основе принадлежит Оксане (супруга заместителя гендиректора «Аэрофлота») и Евгению Калмыковым. «Мы прямо заявляем, что в приостановлении работы «Ланта-тур вояж», да и «Капитал Тура», виноват А. Калмыков. Это он манипулировал своим правом отключать туроператоров от системы бронирования «Аэрофлота», что и привело к остановке нашей деятельности и невозможности использовать оборотные средства. А делал он это в своих личных целях: устранять конкурентов с рынка и «очистить» доро-

гу для «семейной» компании «Санрайз», — заявили бывшие сотрудники «Ланты-тур вояж». В «Аэрофлоте» ограничились коротким обещанием проверить «неуставные» отношения Калмыкова и «Санрайза». При этом представители компании пояснили, что отключить оператора от системы бронирования вручную невозможно. Для этого долг компании должен превысить допустимый лимит. Сейчас «Ланта» занимается восстановлением работы и поисками инвесторов. На пресс-конференции, посвященной подписанию кредитного договора с «ВТБ», Людмила Пучкова сообщила, что не исключает реструктуризации и слияния с другими операторами. Однако пока о потенциальных покупателях «Ланты-тур вояж» ничего не известно. Глава «ВТБ» Андрей Костин заявил тогда же, что банк не заинтересован в покупке «Ланты». Людмила Пучкова в свою очередь намекнула, что сотрудничество с «ВТБ» будет продолжаться. Правда, «чтобы не слазить», о деталях этого сотрудничества рассказывать не стала. Участники рынка публично выражают «Ланте» свою поддержку. Это же сделал Ростуризм. «Мы желаем успехов компании «Ланта-тур». Хотелось бы, чтобы она возобновила свою работу. Сейчас она проводит аналитику своего финансового состояния», — рассказал глава Ростуризма Александр Радьков на пресс-

РОСКОНАДЗОР И ТУРБИЗНЕС

»» В 2012 году Роскомнадзор запланировал 4089 проверок российских компаний. В Петербурге проверка коснется

262

предприятий, в том числе работающих в сфере туризма. Визиты инспекторов начались в феврале. Заявленная цель — «проверка соблюдения обязательных требований в области связи, обязательных требований в сфере обработки персональных данных», а также «проверка соблюдения лицензионных условий в области связи».

ЗАБОТА О БЛИЗКИХ ВМЕСТЕ С «ПРОФКУРОРТ»

Приглашая к сотрудничеству, мы предлагаем выгодные условия реализации путевок:

Теперь все что вам нужно это заключить один договор с СКО ФНПР «Профкурорт», который объединяет здравницы в 14 регионах России!

Выбор тура, бронирование, подтверждение, выдача путевки, все эти действия производятся за 10 минут, используя любое устройство с выходом в интернет!

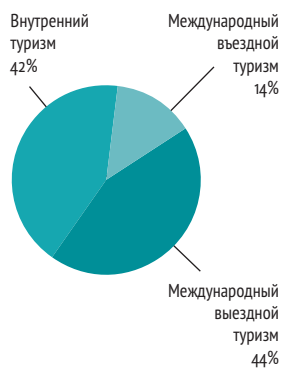
- доступ к on-line бронированию
- гарантированные места в здравницах на выгодных условиях
- информация о наличии свободных мест в здравницах в режиме реального времени
- мгновенное подтверждение заказа
- достойное агентское вознаграждение
- скидки и бонусы

ЗАО «СКО ФНПР «ПРОФКУРОРТ»

Москва, Ботомная, 18
Телефон/факс: (495) 664-23-28
www.profkuroort.ru; profkuroort@profkuroort.ru

СТАТИСТИКА

Реестр туроператоров



Источник: Ростуризм

»» Самым громким новогодним скандалом 2012 года стал крах компании CTS Travel. CTS Travel была основана 24 февраля 2010 года, ее офис располагался в Потаповском переулке на Чистых Прудах. На официальном сайте туроператора было представлено большое количество предложений для частных и корпоративных клиентов, большая часть из которых – дорогостоящие, престижные направления: Мальдивы, Сейшелы, Карибы. В результате банкротства компании туристов не выпускали из отелей, поскольку оператор не оплатил их проживание. До последних дней 2011 года компания активно рекламировала новогодние «спецпредложения» на престижные направления, а 30 декабря была исключена из единого реестра туроператоров Ростуризма.

конференции 14 февраля. Правда, ни сама Людмила Пучкова, ни ее коллеги по цеху не верят в быстрое восстановление бизнеса. «Был нанесен непоправимый урон имени компании. События, которые развиваются сейчас за рубежом, напоминают сюжет боевика. Меры, предпринятые сейчас, – это первая часть наших действий. Вторая часть – продлить существование нашей марки, у которой есть свое ноу-хау, чтобы она стала прибыльной. Кроме того, нам помогает наше отраслевое ведомство Ростуризм, которое предпринимает ряд мер и позволит рынку выйти из того состояния, в котором он находится сейчас. Для нашей компании это будет нелегко», – отметила Людмила Пучкова при подписании кредитного договора.

По словам знакомых с ситуацией участников рынка, Людмила Пучкова пытается вновь наладить отношения со своими партнерами. Не так давно решались вопросы с Royal Caribbean, официальным представителем которой была «Ланта». К слову, в базе «СПАРК-Интерфакс» можно найти еще одну «Ланту-тур вояж». Это общество с ограниченной ответственностью (ООО), управляющим которого значится Игорь Пучков, а гендиректором Людмила Пучкова. Данных об этой компании в едином реестре туроператоров нет.

ПОСЛЕДНИЙ ПАРАД

Другие уходы с рынка не были настолько резонансными из-за меньшего количества пострадавших туристов. Уходили в основном «нишевики» либо операторы, превратившиеся в агентства. В октябре 2010 года о приостановке своей деятельности сообщил туроператор «СКМ-Трэвел». Он специализировался в основном на лечебных турах за границей. Интересно, что накануне рассылки агентствам сообщений о невозможности выполнить свои обязательства гендиректор «СКМ» Амар Куликов отрицал банкротство. По его словам, компания столкнулась с непредвиденными финансовыми трудностями. Тем не менее спасти предприятие не удалось. У «СКМ» была фингарантия в страховой компании «СОГАЗ», которая начала выполнять свои обязательства. Первой «ласточкой» 2011 года стала петербургская компания Pegasus. Изначально «Пегасус» возник в 2007 году как «дочка» «Московского индустриального банка», который выкупил право использования бренда у австрийской компании Pegasus International. Известно, однако, что упомянутый игрок появился на российском рынке в 2007 году по воле «Московского индустриального банка». В 2005 году этот банк создал турфирму «Лагина Тур», затем заключил договор с австрийским оператором Pegasus International и преобразовал свое детище в Pegasus International Tour

Operator. На старте компания заявляла об амбициях на таких направлениях, как Австрия, Египет и Турция. Еще в 2008 году оператор перестал формировать собственный турпродукт и работал как агентство. В июле 2011 года проблемы начались с туроператором «Лужники Тревел». Эта компания также практически отказалась от формирования собственного продукта. Особенно «урожайной» на истории с неоплаченным отдыхом клиентов «Лужников» оказалась последняя неделя июля. Так, 26 июля туристы, чье проживание оказалось неоплаченным, заставляли выселяться из отеля в Чехии либо оплатить размещение. Позже с проблемами столкнулись круизные туристы «Лужников», которых компания пыталась отправить на отдых через Pac Group. От работы с «Лужниками» начали отказываться туроператоры. 28 июля 2011 года Pac Group сообщил, что компания разрывает договорные отношения с «Лужниками» и готовит материалы к подаче в суд в связи с неисполнением договорных обязательств и неоплатой туров. «Мы обращаемся к туристическому сообществу с призывом – отказаться от сотрудничества с компанией «Лужники Тревел» из-за финансовой недобросовестности этого агентства», – сообщается в письме, подписанном генеральным директором Pac Group Ильей Иткиным.

Интересную информацию можно найти в системе «СПАРК-Интерфакс». Например, на сайте оператора указано, что «Лужники Тревел» работает на рынке с 1997 года, однако юридическое лицо – ООО «Компания «Лужники Тревел», по данным информационной системы «СПАРК-Интерфакс», было зарегистрировано в 2009 году. Выяснилось также, что под именем туроператор «Лужники Тревел» работали и работает несколько компаний. Это существующее ООО «Лужники Тревел», другое ООО с таким названием было ликвидировано в 2011 году, было еще и ООО «Лужники-тур». Основателем всех компаний является Сергей Кильдяшев, а гендиректором Андрей Фалунин. По неподтвержденным данным, «Лужники Тревел» стали «Компанией «Лужники Тревел» из-за того, что вовремя не внесли очередной взнос страховщику, предоставляющему «Лужникам» фингарантию. Соответственно, без фингарантии из реестра «Лужники» были исключены, а вернулись обратно «Компанией «Лужники Тревел». В отношении руководства этой компании было возбуждено уголовное дело. Тогда же, в июле прошлого года, с рынка ушел оператор «Део Трэвел». После 17 лет работы специализировавшаяся на отдыхе в Индии и Юго-Восточной Азии компания закрылась без шума. Руководству удалось не только выполнить обязательства перед клиентами, но и трудоустроить своих сотрудников. Никаких подробных комментариев руководство «Део Трэвел» не предоставляло. Еще весной про-

шлого года компания освободила занимаемые офисы. По телефону отвечали сотрудники оператора «Квинта тур». Часть персонала «Део» осталась здесь же, в «Квинте». Отдел Юго-Восточной Азии и островов Индийского океана в полном составе перешел в компанию Universal Tours.

5 августа о невозможности продолжать деятельность и исполнить свои обязательства перед клиентами объявил Skytour. Туроператор Skytour существовал с 2006 года. Основные направления деятельности – ОАЭ, Болгария, Вьетнам, Китай, Индонезия, Хорватия, Черногория. Партнеры компании получили лаконичное письмо: «Уважаемые коллеги! В связи с тем, что компания Skytour не может выполнить перед вами свои обязательства по объективным причинам, вы можете забрать оплаченные вами денежные средства в полном объеме в течение 10 дней. С Уважением Skytour». 8 августа Skytour был исключен из федерального реестра туроператоров. По приезду в офис компании никаких денег туристы и агентства не получили. Ростуризм, как и в случае с «Лужниками», обратился в контрольно-надзорные и правоохранительные органы с просьбой проверить указанного туроператора на предмет соответствия его деятельности законодательству РФ.

В начале декабря 2011 года закрылась компания «Аврора Интур». Она проработала на рынке около 15 лет и считалась одним из старожилов туротрасли, занимая небольшие по объему, но крепкие позиции, в первую очередь на чешском направлении. «Аврора Интур» заявила о прекращении своей деятельности и посоветовала обращаться за компенсацией в «РОСНО», а за повторным бронированием туров в «Русский Экспресс». Почему именно к этому оператору, объяснил в интервью АТОР гендиректор «Русского Экспресса» Тарас Кобищанов. «С руководством «Авроры Интур» мы впервые встретились около полутора лет назад, но предложенные мной параметры покупки вторую сторону не устроили. На этом и расстались, хотя наши компании сотрудничали, например, «Аврора» брала у нас часть перевозки на Карлови-Вари», – рассказал Тарас Кобищанов. Позже владельцы «Авроры» снова предложили встретиться и продать компанию на предложенных полтора года назад условиях. Однако за прошедшее время ситуация в «Авроре» осложнилась, и бизнес уже не стоил столько, сколько раньше. «Наши сотрудники провели финансовый анализ, и по его итогам стало понятно, что окупить вложения будет крайне сложно, если вообще возможно. Об этом я прямо сказал владельцам. Однако в холдинге имелись вполне финансово здоровые части: компания «РТК», занимающаяся внутренним туризмом и санаторно-курортным лечением в России, авиационно-транспортная компания, владеющая билетными кассами на Белорусской,

а также дочерняя фирма в Сочи. Важно, что данные структуры не имели невыполненных обязательств перед клиентами. Их активы и были нами приобретены и интегрируются в состав холдинга «Русский Экспресс», – пояснил директор «Русского Экспресса». Он также дал свое объяснение проблемам «Авроры Интур». В дополнение к общему экономическому кризису и связанному с ним падению платежеспособности клиентов на туррынке наблюдается внутреотраслевой кризис и кризис перепроизводства. «Небольшому монопрофильному оператору бывает особенно сложно: если его направление оказалось под ударом, у него нет других продуктов, способных компенсировать падение, он в наибольшей степени подвержен сезонности и в межсезонье либо перед пиковыми датами, когда нужно переводить большие суммы партнерам, страдает от нехватки оборотных средств. Посмотрите, к примеру, на чешское направление: за последние два года с него ушли «ТрэвелГарант» (интегрированный в «Русский Экспресс»), старожил санаторно-курортного лечения «СКМ-Тревел» и вот теперь «Аврора Интур». Хотя есть и весьма успешные и благополучно себя чувствующие «нишевики», крепко стоящие на ногах», – резюмирует эксперт. Тб



БЕСПЛАТНО проводной интернет в номерах и WiFi в конференц-залах, ресторанах, барах и холле гостиницы

НОВОТЕЛЬ МОСКВА ШЕРЕМЕТЬЕВО. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ И ГОСТЕЙ ВЫСТАВОК В КРОКУС-ЭКСПО

Специальные цены на размещение гостей, включая бесплатный трансфер от/до Крокус-Экспо в дни проведения выставок. Бесплатно: автобусы в/из Шереметьево, фитнес-центр, бассейн

TEL: +7 (495) 626-59-00, fax: +7 (495) 626-59-03/04, e-mail: reservations@novotel.ru

Booking on **novotel.com** Designed for natural living

GDS CODES: Amadeus: RT MOWNOV Galileo: RT 23814 Sabre: RT 29959 Worldspan: RT NVMOW

Бандитский Петербург-2

За последние три года в городе на Неве обанкротилось более десятка туристических компаний средней руки

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



»» Разорившихся мелких агентств никто не считал. В той или иной мере пострадали до 10 тысяч человек: кто-то остался без отдыха и денег, кто-то – без работы. «Анжелика», «Мир путешествий», Miracle Travel, «Август», «Трансбизнеслайн», «Алма-тур», «Магазин хороших путевок» – все они когда-то чувствовали себя на рынке вполне уверенно, широко рекламировались, их услугами пользовались не сотни – тысячи туристов. «Трансбизнеслайн» («ТБЛ») и «Алма-тур», например, были в числе ведущих петербургских туроператоров, поднимавших чартеры.

В ПОИСКАХ КРАЙНЕГО

Опасно ли сейчас работать в турбизнесе Петербурга с точки зрения сохранности здоровья, а подчас и жизни?

В лихие девяностые годы прошлого века случалось всякое. Были и «наезды», избиения по поводу и без, разбои, вымогательства. Сейчас многое изменилось. А получивших широкую известность криминальных событий за последние три года зафиксировано всего несколько. Так, зимой 2009 года на стоянке у гостиницы «Октябрьская» (отсюда отправляются автобусы в Финляндию) были дважды обстреляны машины транспортной компании Nord-West Bus Express (преемник «Интуриста»). Стекла в автобусах были выбиты. К счастью, пассажиров в них еще не было. Как подчеркнула генеральный директор компании «Грандтур» – это арендатор машин – Светлана Дмитриева, прежде у автобусов не раз прокалывали колеса: неизвестные регулярно подходили к экскурсоводам и требовали по 500 рублей за стоянку, обещая, что потом «все будет в порядке». Стрелявших так и не нашли.

В середине 2011 года к 10 годам лишения свободы приговорили бывшего сотрудника ФСИН Вадима Ли. Его признали виновным в 19 разбойных нападениях на мини-отели и турфирмы в центре города. История громкая: с начала 2009 года по март 2010 в Петербурге была совершена целая серия таких преступлений. Мужчина, не скрыва-

вший своего лица, действовал до банальности просто: под вечер врвался в помещение и под угрозой пистолета похитил выручку (суммы – от 3 до 420 тысяч рублей). 10 сентября 2009 года по подозрению в совершении разбоев был задержан сотрудник 1-й отдельной роты УГИБДД Алексей Михаэль, но он оказался «не тем», хотя и просидел в следственном изоляторе несколько месяцев. И только в марте 2010 года поймали 39-летнего Вадима Ли, который сознался в разбоях.

Последний криминальный случай в питерском турбизнесе – «отравленные» письма, приходившие в октябре 2011 года в одну из турфирм. В середине месяца на имя генерального директора ООО «Гала тур» поступило письмо, вскрыв которое, женщина почувствовала жжение кожи на руках и лице. А 25 числа пришло еще одно такое же. Пострадавшая обратилась с заявлением в полицию, конвент отправили на исследование. Правда, проверка на наличие микроорганизмов и яды биологического происхождения ничего не дала.

Другого явного криминала в отношении сотрудников турфирм Петербурга в последнее время не зафиксировано. Не считая того, что клиенты компаний в выражениях (а иногда и действиях) не стеснялись: рядовые менеджеры «Магазина хороших путевок», оказавшиеся крайними в неприглядной истории, в полной мере ощутили народный гнев. «Если бы не боялись последствий, они

разорвали бы нас на клочки, – признается одна из бывших сотрудниц «МХП». – Врагу не пожелаешь оказаться на нашем месте перед толпой разъяренных туристов, оставшихся без денег и отдыха».

ДЕМПИНГ КАК ПРАВИЛО

Никто особенно не скрывает, что туристический бизнес сейчас нередко строится по принципу финансовой пирамиды. И маленькие семейные фирмы, и их более крупные сородичи подчас живут только на обороте, широко используя поступающие от клиентов деньги на погашение своей же задолженности. Собственных денег, которых достаточно для уплаты необходимых платежей партнерам по бизнесу, у многих нет. И как только заемная цепочка (у клиентов или банков) дает сбой – происходит то, что уже случилось с «Капиталом», «Лантой» и другими компаниями. Правда, масштабы этого явления (так же, как и демпинга) в Петербурге значительно меньше, чем в Москве. Но это скорее объясняется более скромными масштабами самого петербургского турбизнеса.

Однако причин банкротства компаний много больше. Их хоронит не только демпинг. Неправильная оценка реалий рынка, отсутствие тактики и стратегии развития, низкая квалификация персонала, желание заработать много «здесь и сейчас», необязательность или откровенные «подставы» со стороны партнеров. И другие при-

чины – вплоть до откровенного мошенничества. Хотя, как показывает практика турбизнеса Петербурга, отличить неудачные предпринимательские эксперименты от «честного отъема денег» порой не могут – а может быть, и не хотят – даже правоохранительные органы.

ДВЕ РАЗНИЦЫ

К сожалению, рядовые туристы всегда оказываются крайними: проблемы компаний моментально становятся их личными проблемами. Происходит это так. В августе 2010 года неприятности произошли сразу с тремя турфирмами. Как объясняли свои трудности их хозяева? Глава ООО «Эллада Тур» не отрицала финансовых проблем. Правда, из офиса компании «неожиданно» пропала вся финансовая документация: по этому поводу было заявление в 79-й отдел милиции Центрального района.

Ирина Денисова, генеральный директор другой фирмы – ООО «Август», заявила сотрудникам ОБЭП, что действительно имеет задолженности. В качестве причины назвала «необходимость содержания офиса и оплату туров путешественников, обратившихся ранее». Руководитель ООО «Цезарь», которое работало под брендом Miracle Travel, оказался более оригинальным: он просто уехал в Таиланд, прихватив с собой все деньги, заплаченные туристами. Из примеров недавнего времени характерен случай с «Алма-тур». Для того чтобы 137 петербуржцев смогли вернуться домой, потребовалось вмешательство губернатора Петербурга Георгия Полтавченко и спикера Законодательного собрания Вадима Тьюлпанова: рейс был организован Смольным и Ростуризмом на деньги

петербургского отделения «Единой России». Немало пострадавших от проблем туроператора и авиакомпании (как правило, семьи с маленькими детьми) его не дождалась и самостоятельно решали проблему, поверив обещаниям о возмещении расходов. И зря: многим из них страховая компания отказала в возмещении, так как в ООО «Алма-тур СПб» они приобретали только авиабилеты. Вот конкретные примеры, которые вполне наглядно демонстрируют, как можно и как нельзя действовать в случае возникновения проблем. Начнем с негативного. В конце первой декады декабря 2011 года с туроператором ЗАО «СМП», реализовывавшим путевки через собственную сеть агентств «Магазин хороших путевок» («МХП»), случилось то, о чем эксперты рынка задолго до этого предупреждали. Затеяв в сентябре 2011 года акцию раннего бронирования со скидками до 50%, уже в ноябре «МХП» перестала оплачивать туры операторам. Результат строительства «пирамиды» – примерно 1,5 тысячи обманутых туристов, купивших туры вплоть до мая 2012 года на общую сумму до 100 млн рублей. Как действовало руководство банкротства? Поначалу Андрей Алмазов заявлял, что трудности временные, он все урегулирует. А потом удалил даже свою страницу в одной из социальных сетей и общаться с пострадавшими перестал напрочь: за него отдувались менеджеры в офисах.

Но это не самое любопытное. Как выяснили оставшиеся без денег и отдыха туристы, за два дня до банкротства «МХП» (оно произошло 10 декабря) учредители ЗАО «СМП» подали заявку на изменение его названия на ЗАО «ТЛН-групп»: в сети есть даже копия соответствующей

выписки из единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ). Те же учредители, то же самое физическое лицо, имеющее право действовать без доверенности – Андрей Алмазов, тот же уставный капитал, тот же адрес: улица Марата, 10. И даже основной вид деятельности «ТЛН-групп» – предоставление туристических и экскурсионных услуг – тот же. Ничего не напоминает? Но и это не все. По информации Татьяны Касьяновой, генерального директора Балтийской Ассоциации защиты прав туристов, правоохранительные органы Петербурга отказывают пострадавшим туристам в возбуждении уголовного дела против «МХП», поскольку, согласно их выводам, злого умысла в действиях директора сети не было. Поэтому он, обманув больше тысячи человек и переложив всю ответственность на страховщика, преспокойно продолжает стро-

ить другие «пирамиды». Вполне вероятно, они скоро снова появятся. Не под этим, так под другим именем.

Второй пример – позитивный. Во всяком случае, с точки зрения цивилизованного рынка. 18 января 2012 года на собрании персонала ООО «Ауринок» генеральный директор финской группы Oy Aurinkomatkat-Suntours Ltd Ab Туомо Меретниemi объявил, что компания фактически сворачивает свой бизнес в Петербурге, переводя его в новый формат. На практике это означает, что с лета «Ауринок» (ее последний офис должен быть закрыт в конце мая) упраздняет программы с вылетом из Петербурга: значительная часть продаж туров теперь будет происходить через интернет, а оставшиеся туры станут реализовывать с вылетом из Хельсинки.

Характерно, что «дочка» Finnair намерена выполнить все обязательства по программам зим-





СПРАВКА «ТБ»

»» По данным Федеральной службы государственной статистики по Петербургу и Ленинградской области (Петростата), на 1 декабря 2011 года в этих регионах действовали: 4,5 тысячи (Петербург) и 220 (область) зарегистрированных предприятий, осуществляющих турагентскую деятельность; 11,1 тысячи (Петербург) и 909 (область) предприятий указали услуги в сфере туризма среди прочих, оказываемых компанией. В настоящее время в едином федеральном реестре в качестве туроператоров зарегистрированы 385 компаний из Петербурга и 7 – из Ленинградской области. По размерам финансовых гарантий они распределяются следующим образом: 100 млн рублей – 4 компании, 60 млн – 5, 30 млн – 181, 10 млн – 118, 500 тысяч рублей – 70 компаний.

него сезона с вылетами из Петербурга (в частности, по чартерным рейсам в Таиланд, на Канары и в Индию). А ведь могли бы... Исполнительный директор компании «Аурилко» Евгений Максимов заявил: «Мы подтверждаем полную готовность выполнить условия всех подписанных договоренностей, а все выплаты, как это происходило и прежде, осуществим вовремя и не аннулируем ни одну подтвержденную броню». Достойный честного бизнеса выход из игры. Которую, кстати, «Аурилко» в Петербурге начинала по всем принятым в России правилам, включая откровенный демпинг. Почему финны сворачивают туристический бизнес в России? Наш рынок сложно прогнозировать в принципе, а действия его участников порой вообще непредсказуемы. А с точки зрения нормального европейского бизнеса даже неадекватны. Как считает Дмитрий Смирнов, генеральный директор компании «Атлас», ситуация с «Аурилко» во многом показательна. «В российском туризме идет полномасштабная игра на выбывание, – уверен он. – Этой компании не удалось сохранить взятый на старте темп. И все-таки жаль, что профессиональный, серьезный и уважающий законы бизнеса игрок уходит с рынка».

ПРИВЕСТИ В НОРМУ

Как сделать туристический рынок в России более цивилизованным и безопасным? Сейчас об этом говорят и думают на самых разных уровнях. Законодательное собрание Петербурга, например, инициировало поправки, направленные на ужесточение требований к турфирмам. «Сейчас риск непоступления оператору денег,

полученных агентом от потребителя, велик, – полагает депутат петербургского парламента Андрей Черных. – Это может происходить как из-за банальных кражи или мошенничества, так и по причине неудачного управления бизнесом. Поэтому необходим механизм, гарантирующий выплаты». В качестве одного он видит обязательное членство в СРО всех участников рынка – как операторов, так и агентов. «Надо всех обязать быть членами СРО, которая будет устанавливать для них соответствующие нормы и требования, а также выплачивать пострадавшим компенсацию, – уверен депутат. – А ответственность участников должна страховаться по коллективному договору». Другой возможный вариант – запрет турагентам продавать путевки от собственного имени. Однако существующая в Петербурге судебная практика показывает, что уже сейчас некоторым клиентам удается взыскать деньги, уплаченные агентству за путевку, с туроператора или финансового гаранта. Например, рассматривая иск к туристической компании «Время-тур», представителем которой выступала фирма «Анжелика», служители Фемиды пришли к выводу, что именно туроператор несет перед заказчиком полную ответственность. Кроме того, в Петербурге появилась инициатива сформировать местную ассоциацию туриндустрии. Инициатором организации Ассоциации туриндустрии Санкт-Петербурга (АТИС) стал руководитель ТА «Солнечный апельсин» Владимир Игнатов, который намерен создать ее, чтобы «иметь возможность контролировать ситуацию на рынке туристических услуг». А

затем, возможно, на ее основе сформировать и профильную СРО. Правда, вице-президент РСТ Сергей Корнеев, руководящий северо-западным отделением этой авторитетной организации, о конкретных планах АТИС почти ничего не знает. «Информация о вероятности появления такой структуры есть, но конкретики нет», – пояснил он. Да и к самой идее ее создания в среде петербургского турбизнеса относятся по-разному. Оптимисты видят в ней, прежде всего, инструмент для информирования коллег и клиентов о недобросовестности действий кого-то из участников рынка. Пессимисты не без оснований утверждают, что появление еще одной общественной организации вряд ли станет надежным заслоном от мошенников. Генеральный директор северо-западного представительства Tez Tour Юрий Богданов (из операторов именно эта компания больше всего пострадала от действий «МХП»), например, считает, что для защиты рынка от «алмазовых» гораздо более действенными могут стать доработка изменений в законодательство и совершенствование механизмов разного рода страхования. Что касается туристов, то в Петербурге хотят создать «горячую линию» для тех, кто отправляется на выезд. «Сейчас нередка ситуация складывается так, что туристы оказываются в информационном вакууме, – констатирует генеральный директор Балтийской ассоциации защиты прав туристов Татьяна Касьянова. – А если бы власти Петербурга профинансировали создание call-центра или стойки в аэропорту, где бы постоянно мог дежурить сотрудник, возможности для помощи были бы гораздо больше». **ТБ**

Узкие рамки разумного

Саморегулируемые организации туроператоров могли бы стать наиболее эффективным способом упорядочивания туристического рынка

ТЕКСТ РОМАН МЕЛЬНИКОВ, ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Возвращение туристов, попавших в проблемные ситуации за рубежом из-за банкротства члена СРО, целесообразно финансировать из фондов, созданных при таких организациях. Об этом заявил на пресс-конференции в РИА «Новости» глава Ростуризма Александр Радьков. Однако он подчеркнул, что деньги фондам должны возмещать страховые компании из финобеспечения банкротства, а обязанности туроператоров и государства по спасению туристов должны быть строго разграничены. История с «Лантой-тур вояж» вновь показала необходимость изменения отраслевого законодательства для более эффективной защиты прав туристов. В подобных кризисных ситуациях возникают две задачи. Первая – выплатить компенсации людям, которые вернулись, не получив услуги, или не уехали из России. Эту задачу выполняют страховщики. Вторая – вернуть туристов на родину. «Здесь должны быть задействованы финансовые компенсационные фонды в рамках саморегулируемых организаций, за счет которых можно было бы оперативно решать вопросы возвращения туристов домой, – подчеркнул Александр Радьков. – Чтобы туроператорам не пришлось платить за коллег-банкротов, деньги в компенсационный фонд могут возвращать страховые компании. Если из фонда будет оплачен обратный билет, гостиница, турист по возвращении в страховую компанию не обратится за возмещением. Но туда может обратиться СРО и получить соответствующую компенсацию. Не должно быть так, что если один из членов СРО обанкротился, то другие платят. Есть страхование финансовой ответственности, которое может служить подушкой безопасности. Есть опыт таких фондов в разных странах. Где-то взимается налог с каждой путевки. У нас это не очень правильно будет делать. Создание фонда именно в рамках СРО было бы оптимальным выходом». СРО могут проводить мониторинг рынка, вести внутренний аудит финансового состояния своих членов. А государство должно делегировать им ряд полномочий и, в свою очередь, вести реестр таких организаций. «Мы не можем предупредить

все банкротства, и государство не должно этим заниматься. ВТБ не будет каждый раз давать кредиты очередному туроператору-банкроту. Поэтому должны быть выработаны определенные механизмы, которые в любом случае защитят туристов», – сказал Александр Радьков. Целесообразно вводить обязательное саморегулирование либо создавать существенные преференции для компаний, которые являются членами СРО, чтобы была мотивация туда вступать. Однако глава Ростуризма заявил, что пока не готов говорить о конкретных механизмах функционирования СРО. В качестве одной из приоритетных мер защиты туристов чиновник назвал повышение суммы фингарантий: «Необходимо увязывать сумму финансового обеспечения туроператора с его оборотом. 100 млн рублей в ряде случаев, когда банкротится крупный туроператор, не хватает. Но понятно, что сам по себе институт финансовой ответственности туроператоров себя оправдал. Если не считать «Капитал Тура», ущерб в остальных случаях был возмещен туристам в полной мере». Кроме того, нужно вносить в административный и уголовный кодексы статьи об ужесточении ответственности за незаконную туроператорскую деятельность. Особенно в случаях, которые влекут за собой массовую гибель людей. Эффективной мерой Александр Радьков считает автоматизированный учет туристических путевок: «Туроператоры не всегда используют белые схемы. Чтобы правильно оценить обороты компании, нужны определенные механизмы. Введение электронной путевки, унификация договоров с потребителями, договоров между турагентами и туроператорами позволит увести рынок от серых схем, повысить его прозрачность». Идея страхования каждого тура, хорошая сама по себе, не будет работать без единой базы учета продаваемых путевок, так как невозможно будет проверить, застрахована ли конкретная путевка. «Путевки должны продаваться так же, как электронные билеты. Тогда мы сможем понимать, сколько продано, на какую сумму, каков оборот



« Разработчики поправок в закон о туризме должны представить модель, которая бы устроила большинство участников рынка. »

АЛЕКСАНДР РАДЬКОВ
Руководитель Ростуризма



туроператора, – отметил Александр Радьков. – В свое время введение электронного билета также вызывало много вопросов, однако сейчас эта технология прижилась и работает».

«Любой процесс законотворчества небыстрый, он требует обсуждения на межведомственном уровне, – отметил глава Ростуризма. – Мы должны идти последовательно, но не терять темпа. На носу летний сезон. Если мы не успеем провести в весеннюю сессию ряд важных поправок, рискуем получить проблемы в пик туристического спроса. Разработчики поправок в закон о туризме должны представить модель, которая бы устроила большинство участников рынка. Очень важно не навредить. И разграничить ответственность между бизнесом и государством в моменты, когда происходят кризисные ситуации. Если будет создан фонд, это не значит, что государство пере-

носит свою ответственность на бизнес. Банкротство – это то, чем должны заниматься операторы, а, скажем, необходимость эвакуации туристов из-за военных действий в какой-либо стране – это сфера государства. Есть ситуации пограничные, но они должны быть четко прописаны в законе. Мы внимательно рассмотрим все предложения по изменению законодательства, которые будут поступать в наш адрес со стороны туристического сообщества. Все самое разумное будем использовать».

Часть поправок, в первую очередь связанных с полномочиями Ростуризма, планируется принять уже на весенней сессии Госдумы. Вопросы введения саморегулирования, видимо, будут перенесены на осень.

ПО МАТЕРИАЛАМ RATA-NEWS

БЛИЦ-ИНТЕРВЬЮ



АНДРЕЙ КОЗЛОВСКИЙ

Директор по туризму компании «Интерс»

После банкротства «Ланты-тур вояж» идет много разговоров относительно будущего турбизнеса. К чему мы в итоге придем, предугадать сложно. Разговоров и предложений много, но настоящих рецептов по спасению отрасли мы пока не услышали. Большинство здравых идей упирается в непрозрачность рынка. Даже сейчас, обладая финансовой гарантией, туроператорам приходится конкурировать в разной финансовой среде. Кто-то работает нелегально, кто-то – полулегально, кто-то – легально, а кто-то – вообще без финансовой гарантии. С повышением финансовых гарантий почти ничего не изменится. Это очередная запретительная мера, которая нужна лишь для отчетности, но не для формирования цивилизованного рынка. Нам нужно определить четкие правила игры. На рынке присутствуют различные по степени риска туроператоры, которых нельзя упорядочить только по критерию размера финансовых гарантий. На примере нашей компании могу сказать, что мы не берем кредиты для перечисления депозитов в отели. Для тех, кто не знает, поясню. Чартерные туроператоры перечисляют депозиты в отели перед началом сезона для гарантии лучшей цены и мест. Размер депозита определяется пожеланиями и договорами с отелями. Кому-то нужны места, кому-то – лучшая цена.

Агрессивное бронирование некоторыми операторами мест в отелях зачастую продиктовано лишь амбициями, а не реальными объемами продаж. Важно взять больше, чем конкурент! Как итог этой непрофессиональной работы – демпинг. И с каждым годом все больше и больше. Таким образом, количество туроператоров будет неуклонно сокращаться благодаря смелым «санитарам леса». Наша компания если и перечисляет депозиты в отели, то по сравнению с теми же чартерными туроператорами эти суммы крайне малы. Кредиты мы не берем. Можно сказать, что средние автобусные и экскурсионные туроператоры, работающие с маленькими депозитами или вообще без них, наименее подвержены демпинговым войнам и последующим дефолтам. Если группа не набирается, в крайнем случае мы можем ее отменить и избежать убыточного тура. Летом 2011 года количество таких групп возросло, но не из-за непродуманной политики увеличения количества туров, а именно по вине чартерных туроператоров, устроивших демпинговые войны. Какой смысл ехать в автобусный тур с отдыхом на море в Италии за 600 евро, когда есть предложения по 250 евро вместе с перелетом в самый разгар сезона. Атракцион невиданной щедрости чартерных туроператоров вредит всему без исключения рынку.

КОММЕНТАРИИ

Татьяна КАСЬЯНОВА,
генеральный директор Балтийской ассоциации защиты прав туристов

Суть проблем заключена в том, что, несмотря на наличие разных защищающих права туристов законов, в реальности этой защиты они не получают. Ведь разоряются не только российские, но и зарубежные компании. Но никогда не приходилось слышать о том, чтобы немецкого путешественника из-за долгов оператора выставили из отеля. С нашими туристами это происходит сплошь и рядом: в таких случаях нам нередко приходится поднимать на ноги всех, кто может помочь, включая консулов. У нас очень много проверяющих организаций, существует целый ряд законов, в том числе закон «Об основах туристской деятельности», но единого подхода к решению тех или иных конкретных проблем отрасли так и нет. Как следствие, нет и единой правоприменительной практики: в одних случаях по иску туриста суд взыскивает компенсацию с агента, в других – с оператора. В Воздушном кодексе, например, есть бланкетная ссылка о том, что «правила возврата и других действий по чартерным авиабилетам будут установлены отдельным пунктом законодательства». А их до сих пор нет.

Что может помочь? У меня есть большие сомнения в эффективности СРО. Хотя бы потому, что многие агенты не будут участвовать в СРО по экономическим причинам. Ведь СРО – не более чем общественная организация, и опыт деятельности существующих объединений туроператоров показывает, что их наличие никак не влияет на практику защиты прав туристов. Операторы между собой-то не могут договориться, чтобы демпинга избежать. На мой взгляд, отчасти помочь может возвращение в туризм практики лицензирования, но при этом обязательно должен быть четко определен перечень требований, благодаря которым такой документ можно получить. Включая размер фингарантий, качество подготовки кадров и т. д. Не лишним было бы и введение практики запрета на занятие руководящих должностей для тех глав турфирм, благодаря деятельности которых они разорились.

Сергей КОРНЕЕВ,
вице-президент РСТ

Радует, что работа по реализации комплекса мер для усиления дисциплины на российском рынке оказания туристических услуг и защиты прав туристов стала системной: она постоянно продолжается и не остается без внимания даже первых лиц государства. Она крайне важна для нас, поскольку призвана обеспечить эффективное функционирование добросовестных турфирм и оградить рынок от тех, кто не хочет и не может работать честно. Изменения нужны и в практике реализации финансового обеспечения, и в организации отрасли в целом: наши предложения по этому поводу высказаны довольно давно. Понятно, что простым увеличением размера фингарантий не обойтись – более эффективно введение страхования ответственности туроператора по каждому договору о реализации турпродукта. Что касается СРО, то нами подготовлена концепция, которая подразумевает обязательное участие туроператоров и турагентов в качестве ее членов (с созданием и соответствующих компенсационных фондов). Однако надо понимать, что какое-то одно лекарство, способное быстро излечить от всех ныне существующих болезней туристического рынка, вряд ли найдется.

Петр ЩЕЛИЩ,
руководитель Союза потребителей России

Практика обращений в нашу организацию показывает, что на долю туризма приходится только около 12% из них. При этом 26% связаны с безопасностью поездок, 36% претензий – с ненадлежащим качеством оказания услуг. Суть проблемы в том, что до сих пор у нас нет четко сформулированных определений существенных условий тура. Из-за этого происходят разночтения и возникает подчас противоположная судебная практика. В туризме настала пора формирования саморегулируемых организаций (СРО). В том числе в среде турагентов. Этот сегмент турбизнеса практически выпал из правового поля: лицензирования нет, ответственности, по сути, тоже. Если будет создана система СРО, деловое сообщество само будет заинтересовано в том, чтобы очистить свои ряды от недобросовестных компаний. Обязательно нужно сформировать и общедоступные информационные интернет-ресурсы, на которых любой человек мог бы посмотреть и оценить степень надежности агента или оператора. И, конечно, необходимо дорабатывать законодательство, чтобы оно было прозрачным и понятным для конечного потребителя.

»» В Совете Федерации прошло совещание рабочей группы по разработке предложений, направленных на совершенствование законодательства в вопросах социальной ответственности бизнеса в области туризма и авиаперевозок.

Выступили Виктор Тополкараев («НТК Интурист»), Светлана Макарова («Горячие туры»), от билетных агентств – Андрей Чирков («Авиаста»), от авиакомпаний – Андрей Калмыков («Аэрофлот») и Ольга Плешакова («Трансаэро»), от Комитета по туризму и гостиничному хозяйству правительства Москвы – заместитель председателя Георгий Мохов, от Российского союза туриндустрии – вице-президент Юрий Барзыкин.

Среди предложений, озвученных в рамках дискуссии, такие нормы, как регистрация путевок на бумажных и электронных носителях, проведение обязательного аудита для туроператоров с объемом реализации турпродукта более 100 млн рублей в год, страхование гражданской ответственности туроператора по каждому договору о реализации турпродукта. Прозвучали и новые предложения, например, о создании пула страховых компаний, который будет контролировать обеспечение рисков на страховом рынке, а также страховые тарифы для туроператоров и частных клиентов.

ТБ



Профессия – режиссер

В гостях у «ТБ» – **ТАМАРА РО**, генеральный директор агентства путешествий «Россита», которое является ведущим туроператором по Японии в Санкт-Петербурге и на Северо-Западе России

БЕСЕДОВАЛ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

Тамара, где вы родились, о чем мечтали в детстве? Я выросла в провинциальном белорусском городке в районе Беловежской Пуши. Польша считалась далеким зарубежьем. Термин «туризм» тогда имел другое значение – походы, костры... Заграница была недосыгаема. Мечтала танцевать в ансамбле народного танца Игоря Моисеева, заниматься хореографией. Чтобы осуществить мечту, приехала в Ленинград, где поступила в Культпросветучилище. После окончания работала по специальности в Гатчине. Потом был Институт культуры с его удивительным факультетом «Режиссура массовых праздников». В результате пришлось нести в Ленинграде прекрасное и вечное в массы.

Как вы пришли в туризм? Я 13 лет отработала в системе «Интурист» – гостинице «Карелия». Руководила отделом рекламы. Пришлось многое осваивать самостоятельно, помогала интуиция. Ведь тогда не было никаких пособий по рекламе, проспектов, хороших фотографий и многого другого. Параллельно занималась организацией культурно-массовых мероприятий в отеле. Потом в «Интуристе» начались трудные времена – в Ленинград стало меньше приезжать иностранных туристов, но стало больше возможностей для поездок в разные уголки мира. Мы с друзьями одними из первых стали заниматься charterными программами на Мальту, начав осваивать с нуля это направление в Петербурге. Постепенно удалось создать свою туристическую компанию вместе с моей коллегой Галиной Гамаевой. И вот уже 15 лет мы вместе с прекрасной командой творим на туристической ниве.

Вы помните своих первых клиентов, которых отправили в тур? Это была семья – Елена Васильевна и Валентин Андреевич Коробковы. В июле 1995 года я отправила их на Мальту. Они очень хотели побывать на этом архипелаге, поскольку много знали о нем, интересовались историей мальтийских рыцарей. От них я узнала о Мальте больше, чем сама знала на тот момент. С тех пор Елена Васильевна – наш постоянный клиент и много где уже побывала с подругами, детьми и внуками. У меня до сих пор сохранились с ней близкие отношения.

Как случилось, что ваша компания занялась Японией? «Россита» основана в 1997 году, мы изначально старались заниматься нестандартными направлениями. Так было с Мальтой – наша компания первая предложила туристам отдых на этом замечательном архипелаге. Так случилось и с Японией – данное направление было включено в перечень предложений, как только появилась

возможность создать полноценный турпродукт. В то время японское направление на рынке было совершенно новым, а для нас – интересным и творческим. Мы наладили дружеские отношения с Гильдией японских гидов-переводчиков. Это сотрудничество помогло нам при разработке туристических программ. Первых туристов мы отправили в 2004 году. На сегодняшний день у нас сформировался круг постоянных клиентов. Многие из них уже побывали в Японии неоднократно.

Есть ли особенности японского менталитета, которые приходится учитывать в работе?

Менталитет японцев и россиян отличается очень сильно, поэтому мы обязательно инструктируем наших клиентов. Например, в Японии не принято давать чаевые – этим можно оскорбить человека. Однажды в магазине я отказалась взять сдачу, чем повергла продавца в шок. Гид посоветовала мне взять деньги, поскольку у кассира не сойдется баланс и это поставит его в очень сложное положение. Японцы не терпят фамильярности, не любят близкого контакта – пожатия рук, объятий, похлопываний по плечу. Они сдержанны, но при этом очень открыты, искренни и гостеприимны.

Какие трудности существуют на японском направлении? Минусом для Петербурга является отсутствие прямого авиасообщения с Японией. Кроме того, правительство Страны восходящего солнца практически не выделяет средств на проведение рекламных кампаний в России. Сегодня поездки из России на самом последнем месте по рейтингам. Япония к тому же относится к числу дорогих стран, поэтому турпродукт не может стоить дешево, его достаточно сложно продавать.

Что в первую очередь интересует россиян в Японии? Большинство туристов хочет увидеть основные туристские объекты – Токио, Киото, гору Фудзи, Осаку, Нару, Никко. Повышается интерес и к другим городам, таким как Миядзима, Хиросима, Нагасаки, Беппу, Кумамото. Люди интересуются культурой, традициями, архитектурой, электроникой, модой, косметикой, онсэннами – горячими источниками, восточными единоборствами, выставками. Особый спрос на путешествия в страну во время цветения сакуры и в сезон красных кленов.

Перспективны ли комбинированные туры, включающие помимо Японии другие страны азиатского региона? Такие туры, несомненно, перспективны. Мы комбинируем Япо-

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

ФИО

Тамара Николаевна Ро

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

город Пружаны Брестской области

ОБРАЗОВАНИЕ

высшее

ДОЛЖНОСТЬ

генеральный директор

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ

английский

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

Санкт-Петербург

ХОББИ

цветоводство, танцы



ТАМАРА РО:

« Больше всего я уважаю и ценю порядочность. Без этого нельзя жить и работать. Кроме того, не люблю хитрость, бахвальство, стремление выдать желаемое за действительное. И, напротив, очень уважаю и ценю тех людей, которые всего добились благодаря упорному труду, терпению и решительности. »

нию с Китаем и Южной Кореей. Есть туры в Японию с отдыхом на острове Сайпан. Он хорош тем, что пляжный отдых здесь возможен круглый год, а стоимость проживания в пятизвездных отелях составляет 50–60 долларов на человека в сутки. Также предлагаем комбинации с Австралией. В перспективе – освоение Полинезии, Филиппин, Фиджи.

Кто ваши партнеры с японской стороны?

Мы работаем с шестью японскими компаниями. Сейчас у всех партнеров есть русскоговорящие сотрудники, что облегчает работу. Если говорить образно, россиянин держит иголку и в ее ушко вдевает нитку, в то время как японец, наоборот, держит нитку и на нее надевает ушко иголки. Наши соотечественники на другой стороне позволяют «переводить» японцам наши пожелания, учитывая подобные нестыковки в менталитете.

Раньше было сложно объяснить японским партнерам, что такое рекламные туры. Они не понимали, что агент должен сначала посмотреть страну, прежде чем продавать ее. Сейчас ситуация меняется, но такие туры получают недешевыми, поскольку японская сторона не предоставляет специальные тарифы для их организации. В Москве, может, помощь ощущается сильнее, но в Петербурге – нет. Мы делаем все своими силами. Например, из недавно состоявшегося рекламного тура, организованного одним японским туроператором, были исключены журналисты из Петербурга, которые должны были поехать полностью

за счет принимающей стороны. Поехали только агенты, которые оплатили... В то же время другая туристическая компания приглашает в рекламный тур на Окинаву совершенно бесплатно. Сейчас российским операторам приходится восстанавливать это направление практически с нуля. На мой взгляд, японские туристические власти должны действовать более активно. Раньше японские партнеры ставили в программы чересчур много древних храмов. Прошло немало времени, прежде чем удалось их убедить, что российским туристам интересны и другие достопримечательности Японии, в том числе современные.

С какими авиакомпаниями вы сотрудничаете? Что хотелось бы улучшить в плане авиаперевозки? Мы работаем с JAL, «Аэрофлотом», Korean Air и Finnair. В прошлом году список пополнила Emirates. С 21 июня прямые беспосадочные рейсы из Петербурга в Токио возобновляет «Трансаэро».

Какие новинки на японском направлении можно ожидать в текущем году?

Разработано много новых программ. В планах – специальные бюджетные туры для молодежи и пенсионеров. Мы активно осваиваем Окинаву с пляжным отдыхом и дайвингом, горнолыжные курорты. В перспективе – подготовка программ на острова Кюсю и Сикоку.

Есть ли у вас любимые места в Японии?

Мне очень нравятся Киото и Нара. Из менее известных мест – Миядзима – магический остров, на котором живет множество оленей. Красивы Мацуэ, Хага и Сиракава. Очень запомнился старинный храм Идзумо Тайся.

В каких странах хотели бы побывать?

Мечтаю посетить Аргентину, Ирландию, Шотландию, Австралию.

У вас есть хобби?

Выращивание цветов дома и в офисе. И еще люблю танго, фокстрот, латиноамериканские танцы.

Ваши пожелания коллегам по турбизнесу.

Желаю хорошего здоровья, стрессоустойчивости. Турбизнес зависит от многих факторов – авиаперевозчиков, природных катаклизмов, политической ситуации, валютных курсов. Чтобы все это выдержать, нужно иметь крепкое здоровье. Если к нему добавить жизнерадостность и оптимизм, трудолюбие и порядочность, то из любого путешествия можно сделать праздник. **Тб**

Издательский Дом «Турбизнес» приглашает посетить **WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»:**

МАРТ

- 26.03 **Ставрополь** гостиница «Ставрополь»
- 27.03 **Краснодар** гостиница «Интурист»
- 28.03 **Ростов-на-Дону** «АМАКС Конгресс-отель»
- 29.03 **Волгоград** гостиница «Южная»
- 30.03 **Саратов** гостиница «Словакия»

АПРЕЛЬ

- 2.04 **Уфа** «АЗИМУТ Конгресс-отель»
- 3.04 **Самара** гостиница «Ренессанс Самара»
- 4.04 **Казань** отель «Казанская Ривьера»
- 5.04 **Киров** гостиница «Центральная»
- 6.04 **Нижний Новгород** Торгово-Промышленная Палата, КЗ «ЮПИТЕР»
- 9.04 **Ижевск** гостиница Park Inn Izhevsk
- 10.04 **Пермь** гостиница «Амакс Премьер-отель»
- 11.04 **Екатеринбург** отель Novotel Екатеринбург Центр
- 12.04 **Тюмень** отель «Тюмень»
- 13.04 **Омск** гостиница «Ибис Сибирь-Омск»
- 13.04 **Сургут**
- 23.04 **Баку**

Список участников:

Abama Golf & Spa Resort (Tenerife), Anex Tour, Coral Travel, Conference.ru Ltd, Pac Group, Pegas Touristik, Sunmar Tour, Vichy Spa Les Celestins, Visit Finland, UTS Prague s.r.o. (Happy Wedding Team), «Роза ветров Юг», «Розовый слон», «Телетрейн», «Трансаэро Тур», «Тур Парад», «Астравел», «АйВэй Экспресс», «Аэротревел», «БалканЭкспресс», «БиблиоГлобус», «Вест Тревел», «Виза Конкорд», «Данко Тревел», «Диа Тревел», «Европорт», «Евролюкс», «ЗДРАВКУРОРТ», «Инглиш Фест», «Инкотрейд», «Информсервис», «Инфлот», «Карлсон Туризм», «Конт Плюс», «Криптон Плюс», «Лазурный берег Сочи», «Ла Тур», «Международный клуб путешественников», «МИР», «Музыка путешественников», «Натали Турс», «МП-С», «ОРИЕНТ (филиал ИНТУРИСТА)», «Отдел туризма посольства Испании», «Петротур», «Планета Сочи», «Русалтурс», «Солвекс-трэвел», «Старвуд Интернэшнл США», «Турдело», «Хотелбук сервис», «Центральный Дом Туриста», «Чайна Тур энд Бизнес Тревел», «Эрцог» и др.



➔ **Дополнительная информация:**
по тел.: (495) 723-72-72, workshop@tourbus.ru, www.tourbus.ru
Алевтина Корева, Кристина Сивова, Виктория Кудряшова, Людмила Сивова



Перекресток цивилизаций

Царицын – Сталинград – Волгоград на протяжении 400 с лишним лет играет важную роль в истории российского государства

ПО МАТЕРИАЛАМ ГКУ
ВО «АГЕНТСТВО РАЗВИТИЯ
ТУРИЗМА» КОМИТЕТА
ПО ДЕЛАМ МОЛОДЕЖИ
АДМИНИСТРАЦИИ
ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ



Мамаев курган.
Монумент
«Родина-мать зовёт!»

7 ПРИРОДНЫХ ПАРКОВ

»» Гордость Волгоградской области – семь природных парков, каждый из которых по-своему уникален. Для туристов разработано более 50 экскурсионных маршрутов: экологических троп, водных, пешеходных и комбинированных. На снимке природный парк «Щербаковский».



Волгоградская область расположена на уникальной территории и имеет богатое историческое наследие. Столица Золотой Орды Сарай-Берке и проходившие через нее важнейшие торговые пути, места, связанные с историей казачества, удивительные подземелья, вручную выкопанные в меловых пещерах старцами-отшельниками. Именно здесь, в Волгоградской области, историки видят перекресток цивилизаций. Сегодня культурно-исторический потенциал региона составляют 1164 памятника истории и культуры, 923 памятника архитектуры, более 20 тысяч археологических объектов. В регионе работают 289 музеев, 9 профессиональных театров и 963 учреждения культурно-досугового типа.

НАСЛЕДИЕ ИСТОРИИ

Царицын – Сталинград – Волгоград на протяжении 400 с лишним лет играет важную роль в истории российского государства. Заложенный в 1589 году как сторожевая крепость южных рубежей страны, Царицын стал свидетелем многих важных событий, с которыми сегодня туристы могут ознакомиться на

экскурсиях по историческим местам. «К истокам древней цивилизации», «Листая страницы истории», «Легенды и были старого Царицына» – это только малая часть историко-познавательных экскурсий, предлагаемых волгоградскими туроператорами. Среди многообразия туристских маршрутов особое место занимают путешествия к святым местам. Волгоградские туроператоры предлагают разнообразные паломнические поездки по самым интересным святым местам области. Старейшие обители – Усть-Медведицкий Спасо-Преображенский женский монастырь и Кременско-Вознесенский мужской монастырь. Кроме них в области насчитывается еще 7 православных монастырей и около 110 православных приходов.

На территории области происходили переломные события Великой Отечественной войны. Патриотическое направление туризма является безусловным приоритетом туристского продукта региона. Главная достопримечательность Волгограда – памятник-ансамбль героям Сталинградской битвы на Мамаевом кургане с монументом «Родина-мать зовёт!». В 2008 году памятник вошел в число семи российских чудес света. Музей-панорама «Сталин-

градская битва» и расположенная в нем художественная панорама «Разгром немецко-фашистских войск под Сталинградом» является одним из самых посещаемых музейных объектов в России. Среди наиболее популярных экскурсионных маршрутов по этим, поистине святым, местам – «Герою Волгограда», «Оружие победы» с посещением Музея-панорамы «Сталинградская битва», «По местам боев 62-й и 64-й Армий», «Помнит мир спасенный» и многие другие.

ПРИРОДНЫЕ ПАРКИ

Активный и экологический туризм также является одним из популярных видов туризма в регионе. Гордость Волгоградской области – семь природных парков, каждый из которых по-своему уникален. Здесь можно полноценно отдохнуть всей семьей, познакомиться с родной природой и оздоровиться. Для туристов разработано более 50 экскурсионных маршрутов: экологических троп, водных, пешеходных и комбинированных.

Природный парк «Волго-Ахтубинская пойма» по праву считается одним из крупнейших природных оазисов и издавна является меккой для любителей рыбалки, водного и активного туризма. Всего несколько минут езды по знаменитому «танцующему» мосту отделяют эти природные красоты и водоемы, богатые рыбой, от центра Волгограда.

Природный парк «Усть-Медведицкий» располагает уникальными ландшафтными комплексами, сплавы на байдарках по рекам Дон и Медведица пользуются особой популярностью у туристов.

В природном парке «Цимлянские пески» помимо целебного воздуха и живописных мест есть прекрасные возможности для рыбалки и охоты.

В Волгоградской области есть своя «Волжская Швейцария» – Щербаковская балка, расположенная в природном парке «Щербаковский». Уникальность парка отражена в удивительной гармоничности сочетания различных элементов рельефа и разнообразии ландшафтов. Туристские маршруты и экологические тропы рассчитаны на любителей различных видов отдыха. Природный парк «Донской» расположен в месте максимального сближения двух крупнейших рек Европы – Волги и Дона. Здесь множество зеленых стоянок, где созданы все условия для рыбалки, которая славится благодаря разнообразию и обилию рыбы. Это настоящий рай для рыбаков-любителей. В Природном парке «Нижнехоперский» любителей сплавов на байдарках ждут увлекательные и полные впечатлений путешествия по Хопру, одной из самых чистых рек Европы. Посетив старинные казачьи станицы, туристы окунутся в атмосферу казачьей культуры и быта, отведают настоящие казачьи угощения.

Сердце природного парка «Эльтонский» – озеро Эльтон, грязь и рапа которого являются уникальными бальнеологическими ресурсами. Розовый, иногда даже пурпурный цвет рапы вызывает неизменный восторг у туристов. Эльтонские грязи по своему составу и лечебным свойствам аналогичны грязям Мертвого моря и в то же время превосходят их по содержанию сульфидов и органических веществ, экологичности и эффективности воздействия на организм. На территории областного бальнеогрязевого санатория «Эльтон» строятся новое здание водогрязелечебницы, здания гостиниц VIP- и экономкласса, пять 2-этажных коттеджей.

На территории природного парка есть туристские маршруты разной направленности: одни из них знакомят с природой и историей Приэльтона, другие позволяют насладиться красотой степей во время конных прогулок.

ПРАЗДНИКИ И ФЕСТИВАЛИ

Волгоградская область исторически сформировалась как многонациональная территория. Этнографический туризм позволит познакомиться с культурой, бытом и многообразием народных обычаев. В регионе работают более 30 музеев краеведческого направления и практически в каждом из них есть экспозиции, посвященные разным этническим группам. Гостей встречают хлебом-солью, приглашают поучаствовать в народных обрядах, приобрести сувениры и продукцию народных промыслов. Для любителей событийного туризма в Волгоградской области есть что посетить и посмотреть, ведь здесь проходят яркие и самобытные мероприятия, которые с каждым годом собирают все больше гостей: «Хопёрские зори Михаила Шолохова», традиционный июньский праздник на Дону, ежегодный фольклорно-этнографический татарский праздник «Сабантуй», фестиваль-конкурс авторской песни «Волжские просторы», «Зело отменный плод!» – арбузный фестиваль в старинном купеческом городе Камышине и многие другие.

Туризм в Волгоградской области сочетает в себе различные виды и направления. Это дает возможность формировать и предлагать уникальный турпродукт, позволяющий туристам получить яркие положительные эмоции и отличный отдых в сочетании с хорошим сервисом и волжским гостеприимством.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ТУРИЗМЕ В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

www.welcomevolgograd.com
www.turizm-volgograd.ru



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

»» Сегодня более 50 туроператорских компаний Волгоградской области предлагают 115 туристско-экскурсионных маршрутов по Волгограду и региону продолжительностью от одного до нескольких дней. Волгоградская область обладает ресурсами, позволяющими организовать достойный прием туристов, в том числе групп детей и молодежи, с комфортабельным размещением, транспортным обслуживанием и сопровождением на маршрутах. На территории области действуют 127 гостиниц общей вместимостью 5720 человек, 26 санаториев, 206 туристических баз, 1280 объектов общественного питания. За последние годы значительно укрепилась туристская придорожная инфраструктура, появились новые мотели, мини-гостиницы, кемпинги, небольшие рестораны, кафе, закусочные вдоль крупных автомобильных трасс.



«« Окрестности поселка Оймякон – Полюса холода планеты



«« Республика Саха (Якутия) – крупнейший регион России



«« «Алмазные недели» – один из главных якутских брендов

Бриллиантовая Якутия

«Бриллиантовая неделя» в Якутии с 2012 года становится ежегодным мероприятием – подобно Зеленой неделе в Берлине или Неделе высокой моды в Нью-Йорке, Париже и Милане. Об этом и других важных новостях рассказала в интервью специальному корреспонденту «ТБ» министр по делам предпринимательства и развития туризма Республики Саха (Якутия) **ЕКАТЕРИНА КОРМИЛИЦЫНА**.

ТЕКСТ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН,
ЕЛЕНА БОРИСОВА
ФОТО АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

«**М**ы надеемся, – сказала Екатерина Кормилицына, – что Неделя превратится в международную платформу общения алмазодобытчиков. Также она должна привлечь в Якутию туристов: предварительные переговоры с ювелирными компаниями относительно скидок на их изделия и организации специальных акций уже проведены. Мы хотим подтвердить статус сокровищницы России не только в качестве места добычи алмазов, но и места их выгодного приобретения, а следовательно, активного посещения гостями».

РЕЖИМ РАЗМОРОЗКИ

Развитию внутреннего и въездного туризма в республике уделяется очень серьезное внимание, – отметила Екатерина Кормилицына, – соответствующая стратегия намечает план действий до 2025 года». Главным проектом является туристско-рекреацион-

ный кластер «Северный мир» на берегу Лены. В него войдут научно-исследовательский комплекс «Всемирный центр Мамонта», подземная галерея «Мир вечной мерзлоты», историко-этнографические парки «Северная мозаика» и «Городские усадьбы», крытый горнолыжный спуск, а также гостиничный комплекс. Стоимость проекта оценивается в 5,1 млрд рублей. Отвечая на вопрос об экономических показателях отрасли, министр сообщила, что в 2010 году число туристских прибытий составило 145 тысяч, а доходы – 270 млн рублей. По итогам 2011 года, как ожидается, эти показатели должны увеличиться соответственно на 6% и 7%. «Мы не удовлетворены этими показателями и намерены добиваться их повышения», – подчеркнула Екатерина Кормилицына. Для обеспечения устойчивого развития индустрии гостеприимства в регионах необходимо создание многопрофильной и многофункциональной системы подготовки кадров, в том числе формирование на базе высших учебных заведений волонтерских центров.

При разработке стратегии социально-экономического развития регионов событийный туризм на территориях традиционного проживания и непромышленного освоения следует рассматривать как основной источник дохода населения, подчеркнула министр.

БОЧКА МЕДА И ЛОЖКА ДЕГТЯ

Заместитель руководителя Ростуризма Дмитрий Михеев одним из главных факторов стимулирования внутреннего спроса считает событийный туризм. На международной конференции в Якутске он назвал республику пилотным регионом в рамках выполнения федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011–2018 годы». Контрастно прозвучала информация представителя Всемирной туристской организации Дмитрия Ильина, свидетельствующая о недостаточной развитости данного туристического сегмента в России. По статистике ВТО, в 2010 году наша страна занимала 41-е место в мире по количеству событийных мероприятий, а Москва – и вовсе 96-е.

На пленарном заседании и в ходе дискуссий за круглым столом участники конференции конструктивно и критично обсудили главные препятствия на пути развития событийного туризма в регионах России. К основным из них были отнесены неудовлетворительное состояние туристской инфраструктуры, низкая инвестиционная и деловая активность на местах, вызванная отсутствием взаимопонимания между государственными органами и потен-

циальными частными инвесторами. Конференция рекомендовала Федеральному агентству по туризму активнее продвигать крупные событийные мероприятия в России как на отечественном, так и на международном рынках, а органам исполнительной власти субъектов РФ – включить соответствующие мероприятия в региональные целевые программы развития туризма и обеспечить субсидирование строительства необходимой инфраструктуры. Ожидается также, что органы исполнительной власти разработают реестр туристических событий с целью дальнейшего формирования совместных туристических программ и маршрутов. Еще одна острая проблема внутреннего туризма – транспорт. Председатель Комитета по спорту и туризму Чукотского автономного округа Ирина Рябухина, чтобы попасть на конференцию, восемь часов летела в Москву, а затем еще около семи – в столицу Республики Саха, и это при том, что расстояние между Анадырем и Якутском по прямой составляет 2340 километров. О транспортной изоляции на конференции говорилось много: разорванность воздушных связей и непомерная стоимость авиаперевозки стоят на пути развития внутреннего туризма неприступными крепостями.

ВЗЯЛИСЬ ЗА ГУЖ

Ирина Рябухина увлекательно и эмоционально отчиталась о ходе выполнения комплексного проекта «Чукотка – территория открытий». Он касается разви-

»» Международные спортивные игры «Дети Азии», которые состоятся в июле 2012 года в Якутске уже в пятый раз при участии атлетов из 20 стран азиатского региона. Одновременно 4 – 16 июля пройдет форум «Россия – спортивная держава», на который приглашены представители туристической индустрии, общественных объединений и журналисты.





«« Самобытная культура – подлинная драгоценность северного народа

«« Вице-президент Республики Саха Дмитрий ГЛУШКО, заместитель министра иностранных дел РФ Григорий КАРАСИН, председатель республиканского правительства Галина ДАНЧИКОВА

тии туризма в регионе в рамках трехлетней программы «Арктика – территория открытий. От Семена Дежнева до наших дней». Судьба первопроходца Семена Дежнева, как известно, подобно связующей нити исторически объединяет в одном проекте несколько регионов: Вологодские земли, где он родился, Якутию, где служил, и откуда отправлялись суда покорять далекие земли Чукотки. Сегодня туризм может объединить Чукотку, Якутию и Вологодскую область. Межрегиональный проект «Арктика – территория открытий», посвященный 365-летию открытия Берингова пролива Семеном Дежневым, был представлен в Анадыре в начале марта 2011 года кураторами проекта губернатором Чукотского АО Романом Копиным и первым вице-президентом Русского географического общества Артуром Чилингаровым. В конце мая на воду уже спустили первые кочи (у поморов в XI–XIX вв. – деревянные парусно-гребные суда) «Св. Николай» и «Апостол Андрей». Так осуществился первый этап научно-исторической экспедиции «Поморское кольцо» по Республике Карелия, Вологодской и Архангельской областям. Затем к проекту присоединилась Якутия. В феврале 2012 года на судовой верфи морского клуба «Полярный Одиссей» в Петрозаводске началось строительство двух кочей, финансируемое правительством Якутии – для участия во втором этапе экспедиции нынешним летом по реке Лена от Усть-Кута до Тикси, с заходом в Якутск на празднование 380-летия присоединения Якутии к России.

380 ЛЕТ ВМЕСТЕ

8 февраля в Москве в Доме приемов МИД России – знаменитом особняке Саввы Морозова на Спиридоновке – состоялась презентация Республики Саха (Якутия). Она открыла программу мероприятий по продвижению инвестиционного и туристического потенциала крупнейшего региона страны. Мероприятие прошло на высшем дипломатическом уровне, поскольку в нынешнем году отмечается 380-летие вхождения Яку-

тии в состав российского государства. В презентации приняли участие заместитель министра иностранных дел РФ Григорий Карасин, вице-президент Республики Саха Дмитрий Глушко, председатель правительства Галина Данчикова, министр по федеральным отношениям Валерий Максимов. Руководство Якутии подробно представило реализуемые на территории инвестиционные и инфраструктурные проекты, в том числе в сфере туризма, остановившись на возможности участия в них российских и иностранных инвесторов и партнеров. Послы и главы дипломатических миссий из 45 стран мира, представители федеральных органов власти, российских и иностранных деловых кругов ознакомились с якутскими брендами на выставке эксклюзивных ювелирных изделий компании «ЭПЛ Даймонд» и во время дегустации рыбных и мясных деликатесов северной кухни.

Вице-президент республики Дмитрий Глушко сообщил участникам встречи, что в марте в ЮНЕСКО состоится презентация Якутии. Национальный героический эпос Олонхо недавно объявлен Всемирным наследием человечества. Природный парк «Ленские столбы» сейчас рассматривается как кандидат для включения в этот престижный список. По словам председателя правительства Республики Саха Галины Данчиковой, регион открыт для партнерства в инвестиционной деятельности, в том числе для реализации проектов в сфере туризма. Заместитель министра иностранных дел РФ Григорий Карасин, оценивая вклад Якутии в экономику страны, подчеркнул, что формирование современной индустрии туризма – одно из приоритетных направлений развития северного региона. В настоящий момент руководство республики активно поддерживает развитие инфраструктурных проектов: ведется строительство автомобильных и железных дорог, мостов и линий электропередач, аэропортов, гостиниц, спортивных объектов. Это, в частности, аэровокзальный пассажирский комплекс и грузовой терминал аэропорта, железнодорожный вокзал в Якутске, модернизированный речной терминал. **Тб**

Первый в России

Впервые в нашей стране появится археологический музей под открытым небом. Работа по его созданию начинается в Батецком районе Новгородской области. Девиз проекта – «Живая история». Российские специалисты будут использовать опыт аналогичных музеев Дании и Швеции. В проекте, который будет реализован при поддержке Евросоюза, объединились ведущие скандинавские музеи, российские и скандинавские архео-

логи, исследователи, занимающиеся эпохой викингов. В Батецком районе расположен комплекс археологических объектов, имеющих историческое название Передольский погост. Особый колорит и значение всему комплексу памятников придает Шум-гора – самый крупный курган не только в России, но и в Европе. С этим древним гигантским сооружением связано несколько легенд, обеспечивших ему широкую известность.

По словам Олега Демидова, заместителя председателя комитета культуры администрации Новгородской области, археологический музей в Батецком районе вместе с уже существующими памятниками «Рюриково городище» и «Славянская деревня» в Любытино в Новгородской области станут основой для разработки нового турпродукта для культурных путешественников, посвященного ранней русской истории. Для привлечения детей и молодежи в будущем архитектурном заповеднике планируется широко использовать исторические реконструкции. На разработку концепции Батецкого музея выделено 200 тысяч рублей. Доля Евросоюза в проекте составляет 300 тысяч евро. Планируется привлечение частных инвестиций. Предполагается, что новый музей в Новгородской области откроется в 2013 году.



НОВОСТИ ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА

ТЕКСТ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

У ИСТОКА ВОЛХОВА

»» Рюриково городище возможно было древнейшим поселением в районе Великого Новгорода. Здесь, у озера Ильмень, располагалась крепость, где жил князь и его дружина. Напротив княжеской крепости находилось древнее языческое святилище – Перынь. По числу археологических находок городище является самым богатым на территории Восточной Европы.

Гости-побратимы

Китайский язык до Великого Новгорода доведет... По словам Ольги Васильевой, председателя Комитета по туризму и зарубежным связям администрации Великого Новгорода, в 2011 году было заключено соглашение о партнерстве с туристским офисом китайского города-побратима Цзыбо (провинция Шаньдун) и за счет муниципальной программы стало возможным создать версию туристского сайта Великого Новгорода на китайском языке. В прошлом году представители администрации ездили на туристическую выставку в Китай, где распространяли информационные материалы на китайском языке. Результатом этой работы стало увеличение числа китайских туристов в Великом Новгороде. Следует отметить, что первыми сюда пришли представители бизнес-туризма. После открытия порта в Усть-Луге многие предприниматели из Китая отправились на Северо-Запад России – в Санкт-Петербург и Великий Новгород – для маркетинговых исследо-

ваний, изучения возможностей строительства складских помещений и расширения своего бизнеса. За ними в город потянулись классические туристы. Немаловажное значение имело появление города-побратима на китайской стороне. Вслед за Китаем интерес к Великому Новгороду проявила Южная Корея. Перед Новым годом город посетил генеральный консул этой страны, который на встрече с мэром выразил пожелание установить побратимские связи с одним из южнокорейских городов, имеющим богатое историческое прошлое. В настоящее время администрация уже ведет работу в этом направлении. Возможно, в ближайшем будущем придется перевести туристский сайт и на корейский язык. Существенное значение для привлечения иностранных туристов для Великого Новгорода имеет близость к Петербургу, что позволяет гостям посетить сразу два российских города, богатых историческими и культурными достопримечательностями.

РЮРИКОВИЧИ

»» По легенде, на Шумгоре, одном из самых загадочных и больших средневековых курганов Европы, похоронены князь Рюрик и его ближайшие 12 воинов. Основание насыпи в диаметре составляет 70 м, высота – более 13 м.



Глобализация в продажах пассажирских перевозок

АЛЕКСАНДР КРИВОНОС

Руководитель немецкой компании KRIS Consulting & Marketing



Я с благодарностью принял приглашение поделиться опытом нашей работы за пределами России и стран СНГ в постоянной рубрике наших коллег, представляющих веб-систему продаж перевозок www.teletrain.ru.

Европейские агентства на несколько лет раньше своих российских коллег встретили приход BSP, электронного билета и онлайн-продаж. Поэтому они с пониманием наблюдают за подобными процессами на постсоветском пространстве. Как и ранее в Европе, отношения между авиакомпаниями и агентами стали кардинально меняться. Если раньше перевозчики не могли представить себе продажи без нас – агентов и субагентов, то сегодня все они открыто или не очень пытаются избавиться от «балласта» в нашем лице. Это и отказ от выплаты комиссионного вознаграждения агентам, и продажа перевозок на собственных порталах, и внедрение веб-тарифов и многое другое, что уменьшает значение агента на рынке продаж авиаперевозок. Что в этой ситуации может сделать агент? Наш положительный опыт дает ответ на этот вопрос: профессиональной выстраивать работу с авиакомпаниями и другими агентами. Конечно, это возможно при определенном объеме продаж, использовании новых технологий и каналов дистрибуции. Авиакомпании оптимизируют свои расходы, пытаются упразднить агентскую среду, мы же в ответ оптимизируем свои доходы, объединяясь в партнерские сети и кооперации.

Наши инструменты сегодня – это интернет и мобильные приложения, кредитные карты и скайп, интернет-телефония и видеоконференции. Билеты стали электронным элементом движения финансовых потоков между государствами и банками.

Сегодня, не вставая из-за рабочего стола, можно организовать партнерскую сеть без выставок, конференций и длительных командировок. Но нужны единомышленники, умение отказываться от стереотипов, стремление к инновациям, желание учиться и делиться накопленным опытом.

За несколько лет работы нам с коллегами удалось создать партнерскую сеть в 12 странах. Сделать плоды глобализации доступными максимальному количеству стран – одна из наших задач. Отрадно отметить, что в России есть онлайн-проекты, которые не могут не вызывать восторга даже у профессионалов. Что выделяет их из

общей массы? Это великолепный современный дизайн; многопультность по странам (Multi PCC); правильно выбранная GDS; выстроенные финансовые каналы расчетов с поставщиками.

К сожалению, в отличие от онлайн-проектов, российская агентская среда пока иначе смотрит на процессы глобализации. Далеко не редкость – нежелание учиться на опыте или ошибках коллег, привычка наступать на одни и те же грабли. Каждое агентство пытается решать свои проблемы индивидуально, считая именно этот путь правильным благодаря своим «индивидуальным» отношениям с авиакомпаниями. Чтобы сегодня разобраться в огромном ассортименте продуктов Travelport и Amadeus, «Сирены» и Sabre, Gabriel и «Трои», «Абакуса» и Ипсилон, Open Jaw и Hitchkikera, Symfoni, «Телетрейна», Alp-online, E-Tixa и еще десятков достойных разработок, необходимо иметь как минимум приличный технический отдел, как максимум – приличный бюджет, чтобы оценить необходимость этих технических продуктов именно для вашего агентства и именно в вашем регионе. Очевидно, что одного лишь знания локальных условий BSP, агентских возможностей и трюков мало. Необходимо следующее:

- 1) желание слушать и быть услышанным;
- 2) обмениваться регулярно опытом практической работы и найденными решениями по оптимизации процесса оформления авиабилетов;
- 3) умение отказываться от стереотипов в работе напрямую с пультами GDS и наличие интереса к новым методам и технологиям продаж через различные B2B графические онлайн-приложения;
- 4) как можно активнее переходить к форме оплаты транспортных услуг пассажирскими и корпоративными кредитными картами, перекладывая расходную часть на плечи перевозчиков, что давно уже делает весь цивилизованный и развивающийся мир. Это, конечно, больное место в России по причине строгого валютного регулирования. Но вспомните, как еще 5–7 лет назад в СНГ не пускали BSP и электронные билеты. Теперь процесс пошел и его уже не остановить.

На новом витке истории опять приобретают актуальность слова немецкого классика, кстати, впервые употребившего термин «глобализация» в значении «интенсивная международная торговля»: пролетарии всех стран соединяйтесь.

78 ПОЛЕТОВ В НЕДЕЛЮ В СТРАНЫ АЗИИ

Летайте быстрыми маршрутами через Хельсинки в крупнейшие города Азии! **Первая прямая авиалиния из Европы до Чунцина, самого большого города Китая, стартует 9 мая 2012 года.** Забронируйте свой полет уже сегодня на finnair.com/ru



ТЕЛЕТРЕЙН
билеты для турфирм



FINNAIR

Любовь с третьего взгляда

«Трансаэро» стала первой авиакомпанией, которая выполняет полеты сразу из трех аэропортов московского авиаузла

РУБРИКУ ВЕДЕТ ЯН ХВИЛЕР



«Мы сделаем все, чтобы авиакомпании «Трансаэро» было комфортно в аэропорту Внуково»

**ВИТАЛИЙ
ВАНЦЕВ**



«Прежде всего, от нашего сотрудничества выиграют пассажиры»

**ОЛЬГА
ПЛЕШАКОВА**

Одна из крупнейших российских авиакомпаний – «Трансаэро» – с мая 2012 года начинает выполнять полеты из аэропорта Внуково. Меморандум о стратегическом сотрудничестве между воздушной гаванью и авиаперевозчиком был подписан в конце февраля.

Руководство «Трансаэро» отмечает, что речь не идет о постепенном свертывании сотрудничества с Домодедово в связи с его перегруженностью или какими-либо другими причинами. «Мы не переносим во Внуково рейсы из других аэропортов, а наращиваем объемы перевозок», – подчеркивает генеральный директор авиакомпании Ольга Плешакова. По ее словам, в ближайшей перспективе из Внукова будут выполняться рейсы в Киев и Тель-Авив на самолетах В-373 и В-767, также откроются воздушные линии, связывающие Внуково с Магаданом, Благовещенском и Петропавловском-Камчатским. В дальнейшем объемы работ будут увеличиваться, ставится задача нарастить «внуковский» пассажиропоток «Трансаэро» как минимум до 2 млн человек в год.

Готов ли к этому аэропорт? Ведь помимо «Трансаэро» в марте он начинает сотрудничество еще с двумя крупными перевозчиками – Lufthansa и Turkish Airlines. «Полностью готов», – уверен председатель совета директоров ОАО «Международный аэропорт Внуково» Виталий Ванцев. По его словам, по итогам 2012 года воздушная гавань должна обслужить около 10 млн пассажиров. Напомним, что в 2010 году Внуково уже выходил на этот показатель, но в прошлом году в связи с работами по реконструкции пассажиропоток снизился до 8 млн. Таким образом, теперь планируется вернуться к прежним объемам, но возможности аэропорта при этом заметно расширились. Развитие воздушной гавани продолжается – в завершающую стадию входит реализация одного из самых масштабных проектов в рамках программы модернизации – строительство нового терминала А площадью 270 тысяч квадратных метров. До конца 2012 года должна завершиться реконструкция ВПП №1 с ее удлинением до 3,5 км, что позволит аэропорту принимать все типы воздушных судов.

Внуково обязуется обеспечивать деятельность

«Трансаэро» необходимой инфраструктурой, в том числе слотами, стоянками с телескопическими трапами, местами стоянок для широкофюзеляжных воздушных судов. Для обслуживания пассажиров «Трансаэро» будет предоставлена единая брендированная зона с островом регистрации с технологией DCS, отдельным фронт-офисом по оформлению билетов и предоставлению информации, киосками самостоятельной электронной регистрации.

Но этим сотрудничество Внуково и «Трансаэро» не ограничивается. По свидетельству Ольги Плешаковой, до конца текущего года компания получит несколько новых самолетов, в том числе два В-777 и два В-747. В 2014 году в «Трансаэро» придет первый «Дримлайнер» В-787, в 2015 году – первые «Суперджеты» и А-380, в 2016 году – В-747-8.

Внуково в свою очередь внедрит технологию, обеспечивающую приоритет воздушных судов сверхбольшой и большой вместимости (А-380, В-747, В-777) на всех этапах обслуживания в аэропорту и его воздушной зоне. Со второй половины 2015 года в международной и внутренней зонах будут обеспечены как минимум по два места стоянок для воздушных судов типа А-380 и В-747-8. В аэропорту создадут станцию обслуживания самолетов «Трансаэро». Будет построен ангар для обслуживания воздушных судов-гигантов типа А-380 и В-747-8. Точная стоимость последнего проекта еще неизвестна. Но Виталий Ванцев приблизительно оценил его в 60 млн долларов.

Более того, стороны договорились о строительстве аэропортом учебного центра с площадью учебных классов не менее 3 тысяч квадратных метров, зонами установки летных тренажеров (для самолетов В-737, В-777, В-747 и В-737NG или В-767) и тренажеров по обслуживанию пассажиров. Авиакомпания полностью оборудует центр и выкупит все его здания и сооружения после окончания строительства.

Осторожно – газы

С 1 января 2012 года Евросоюз в целях борьбы с климатическими изменениями ввел денежный сбор за выбросы продуктов горения в атмосферу

Теперь все авиакомпании, выполняющие рейсы в страны ЕС или пересекающие воздушное пространство над Европой, обязаны получать квоты на выбросы парниковых газов пропорционально своему объему перевозок, а также вести мониторинг, отчетность и контроль выбросов. Авиаперевозчикам предписано приобретать квоты на эмиссию по следующей схеме: 85% от выбросов базового 2010 года – бесплатно, остальные 15% – за деньги.

По данным Еврокомиссии, на воздушные перевозки приходится порядка 3% выбросов выхлопных газов на территории Европы. Но при этом в ЕС заверяют, что квотирование выбросов парниковых газов для авиатранспорта позволит сократить их в целом на 5%. Новый «экологический налог» должны платить все перевозчики, летающие в Европейский Союз. Например, только для немецкой Lufthansa по итогам 2012 года это может обернуться дополнительными расходами в сумме около 130 млн евро. «Аэрофлот» оценивает свои траты в 40 млн евро, но в дальнейшем эта цифра существенно увеличится. На практике это, несомненно, означает увеличение стоимости авиабилетов для конечного потребителя. По оценке экспертов, на среднемагистральных рейсах цены могут подняться на 2–12 евро за билет, на трансатлантических – на 4–24 евро.

Впрочем, подобные расчеты весьма условны, поскольку цена выброса одной тонны углекислого газа не является фиксированной, а определяется рынком. Полтора года назад она составляла 12–14 евро, сейчас – около 8 евро, а через несколько лет может вырасти до 40 евро. Пока новый налог не стал тяжким бременем для пассажиров. Так, ирландский дискаунтер Ryanair, недавно получивший статус «зеленой авиакомпании», с 17 января ввел дополнительный сбор за каждый авиабилет в размере 25 евроцентов. «Незеленые» перевозчики будут вынуждены взимать с клиентов большие суммы. Американские Delta, United и American Airlines повысили цены на трансатлантические перелеты в Европу приблизительно на 2,5 евро. Однако авиационные власти неевропейских стран оказались менее покладистыми. «Мы никаким односторонним решениям подчиняться не будем», – заявил по этому поводу вице-премьер РФ Сергей Иванов. По его словам, подобные темы в области авиаперевозок находятся в ведении Международной организации гражданской авиации ICAO, а она тако-



го решения не принимала. Аналогичной позиции придерживаются власти США, Канады, ОАЭ, Китая. Китайцы, например, оценили свои потери от уплаты нового налога в 124 млн долларов в 2012 году. А к 2025 году эта сумма может увеличиться более чем в два раза. На сегодняшний день власти КНР законодательно запретили своим перевозчикам оплачивать сборы за выброс в атмосферу углекислого газа. В Минтранс РФ тоже готовы пойти на такой шаг. Российские авиакомпании, таким образом, могут оказаться в достаточно пикантной ситуации. Им придется либо нарушать требования собственных авиационных властей, либо отказываться от рейсов в ЕС, поскольку «неплательщикам» нового налога европейцы могут просто отказать в разрешении на выполнение полетов. Впрочем, переговоры идут, и есть надежда, что компромисс будет найден. 8 февраля в штаб-квартире Европейской конференции гражданской авиации ECAC в Париже состоялась встреча руководителя Росавиации Александра Нерадько с президентом ECAC Каталином Раду. Они, в частности, обсудили проблему включения международного воздушного транспорта в Европейскую региональную схему торговли квотами на эмиссию парниковых газов (EU ETS). Российская сторона заявила о неприемлемости вводимых в одностороннем порядке мер, противоречащих принятым нормам и принципам международного права, и проинформировала о проведении 21–22 февраля в Москве международного совещания государств, не входящих в Евросоюз, по координации действий, направленных на противодействие включению международной гражданской авиации в схему EU ETS.

»»» В ответ на нововведение Евросоюза Россия может ввести собственный «экологический налог» для европейских авиакомпаний или ограничить частоту их полетов в воздушном пространстве РФ.

«Нева» – новый формат партнерства



В настоящее время крупные операторские компании сферы турбизнеса используют самые разные варианты формирования агентской сети, однако все чаще акцент делается на франчайзинге. По этому пути идет и турфирма «Нева», планируя в ближайшее время перевести реализацию своих туров через уполномоченные агентства во франчайзинговый проект. О том, почему это происходит и на каких условиях войдут в «невскую» сеть франчайзи, наш корреспондент беседует с коммерческим директором ЗАО «Фирма «Нева» **ТАТЬЯНОЙ ТОПУНОВОЙ**.

БЕСЕДОВАЛ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

В настоящее время под брендом «Нева» в России работают около 150 агентств, причем значительная их часть сосредоточена в Петербурге (47) и Москве (29). В целом же агентская сеть туроператора «Нева» в стране насчитывает более 3 тысяч агентств. Собственных офисов продаж у нас чуть больше десятка (четыре в Петербурге, по два в Москве и Новосибирске, по одному в Выборге, Екатеринбурге, Казани и Нижнем Новгороде). Однако нужно понимать, что, несмотря на наличие большой агентской сети, до недавнего времени она строилась не по правилам классического франчайзинга.

Как она формировалась прежде и что происходит теперь?

Компании, которые работают под брендом «Нева» в разных городах России, ранее были объединены как сеть ее уполномоченных агентств. В нее принимались лояльные нашей фирме агентства, показывавшие хороший уровень бронировок турпродукта «Невы», а также и знание этого турпродукта. Все эти годы – более 10 лет – это не был классический франчайзинг, поскольку агентства работали без оплаты роялти и прочих условий, сопутствующих этой модели развития бизнеса. Однако с осени 2011 года и до сегодняшнего дня мы занимаемся подготовкой и реализацией классического франчайзингового проекта, который предусматривает регистрацию передачи агентству товарного знака «Невы» в Лицензионной палате и оплату роялти за его использование. При этом, конечно, со стороны «Невы» будут обеспечены определенные стандарты сотрудничества с франчайзинговыми агентствами, соблюдены многие другие правила работы в таком формате. Таким образом, сейчас мы находимся в переходном периоде, заканчиваем подготовку к перезаключению договоров с агентствами.

Почему «Нева» решила на такой шаг? Дело в том, что модель франшизных предприятий позволяет увеличивать присутствие бренда «Нева» на рынке, одновременно экономя собственный капитал компании. Выгодна она и агентствам, которые начинают работать под сильным брендом, способным противостоять жесткой конкуренции на рынке. Ведь известность «Невы» в России, как и число ее клиентов, растет каждый год: один только наш клуб постоянных клиентов насчитывает сейчас около 100 тысяч туристов по всей России. Со своей стороны, мы планируем предоставлять франчайзинговым агентствам немало преимуществ. Таких как особые комиссионные условия, подключение к единому call-центру и внутренней системе бронирования туров, обе-

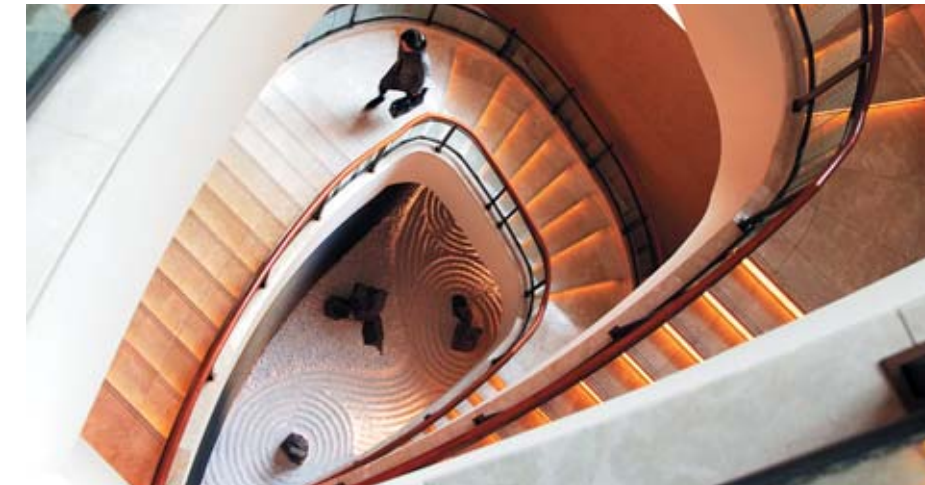
спечение атрибутикой, предназначенной для менеджеров по продажам и оформления офисов. А кроме того, системное обучение персонала агентства (не только турпродукту «Невы», но и техникам продаж и управления), бесплатные рекламные туры и многое другое.

Сохранятся ли основные принципы формирования сети? Да. Это срок работы агентства на рынке конкретного города или области от двух лет, высокий уровень бронирований «невского» турпродукта и его хорошее знание, лояльность к компании «Нева» и финансовая устойчивость. При этом наш проект франчайзинга предполагает одинаковые условия сотрудничества со всеми агентствами: разница только в сумме роялти, которая будет зависеть от региона, области или города. И даже от количества населения в них... Однако суммы роялти, которые мы предполагаем вводить, будут существенно ниже, чем у многих франчайзинговых сетей туроператоров на российском рынке.

К формированию своей агентской сети в новом формате «Нева» подходит очень серьезно. Это действительно так. До того, как агентство станет нашим франчайзи, эксперты «Невы» тщательно проанализируют учредительные и отчетные финансовые документы компании, оценят ее месторасположение, уровень сотрудничества с «Невой», протестируют и оценят профессиональный уровень сотрудников агентства. При положительном решении состоится подписание франчайзингового договора и его регистрация в Лицензионной палате. Он отразит все существенные моменты сотрудничества, включая суммы и сроки оплаты роялти, прочие финансовые условия, а также требования к выполнению стандартов работы под брендом «Нева». Все эти требования (к офису, персоналу, обучающим мероприятиям, планам продаж и т. д.) скоро появятся на нашем сайте (www.nevatravel.ru). Есть одно очень существенное правило сотрудничества с «Невой» на условиях франчайзи – агентство должно работать только с нашей компанией. Фактически такая точка должна позиционироваться как наш собственный офис продаж и не вызывать никаких сомнений в глазах клиента по всем вопросам качества обслуживания. При этом «Нева» будет планомерно вести работу как по оценке качества собственного турпродукта, так и тщательно контролировать его реализацию через франчайзинговые точки. Качество обслуживания должно быть одинаковым, – как в собственных офисах продаж «Невы», так и в ее франчайзинговых агентствах.

Лучшие отели 2012 года

Номинанты премии Travelers' Choice 2012 года от компании TripAdvisor



«« Сад камней как элемент оформления интерьера токийского Shangri-La Hotel

ИСТОЧНИК: TRIPADVISOR'S 2012 TRAVELERS' CHOICE

ЛУЧШИЕ В КАТЕГОРИИ LUXURY (4-5 ЗВЕЗД)

- 1 Shangri-La Hotel, Токио, Япония
- 2 Hotel Imperial Vienna, Вена, Австрия
- 3 Hotel Palacio de la Magdalena, Сото-дель-Барко, Испания
- 4 La Casa del Rector, Альмарго, Испания
- 5 The Grand Del Mar, Сан-Диего, Калифорния

ЛУЧШИЕ СРЕДИ НЕДОРОГИХ

- 1 HueNino Hotel, Хюэ, Вьетнам
- 2 Elmdene Hotel, Торки, Великобритания
- 3 SeaCoast Inn, Хайаннис, Массачусетс
- 4 Zorzis Hotel, Перисса, Греция
- 5 Cairns Motel, Саммерсайд, Канада

ЛУЧШИЕ ПО УРОВНЮ СЕРВИСА

- 1 Arcadia Residence, Прага, Чехия
- 2 Hamanasi Adventure and Dive Resort, Хопкинс, Белиз
- 3 Anastasis Apartments, Имеровильи, Греция
- 4 SeaCoast Inn, Хайаннис, Массачусетс
- 5 Charterhouse Hotel, Торки, Великобритания

ЛУЧШИЕ В КАТЕГОРИИ B&B

- 1 The Twenty One, Брайтон, Великобритания
- 2 The Old Manse, Инвермористон, Великобритания
- 3 Riverside Hotel, Эмблсайд, Великобритания
- 4 Casa Portagioia, Bed and Breakfast Tuscany, Кастильон-Фьорентино, Италия
- 5 Kenley Hotel, Блэкпул, Великобритания

ЛУЧШИЕ В КАТЕГОРИИ «ВСЕ ВКЛЮЧЕНО»

- 1 Garonga Safari Camp, Пхалаборва, ЮАР
- 2 Marival Residences & World Spa, Нуэво-Вальярта, Мексика

- 3 East Winds Inn, Gros Islet, Сент-Люсия
- 4 Taj Exotica Resort & Spa, Эмбоду Финолу, Мальдивы
- 5 Ceylon Tea Trails, Хаттон, Шри-Ланка

ЛУЧШИЕ ДЛЯ ОТДЫХА И СПА-ПРОЦЕДУР

- 1 BollAnt's im Park, Бад-Зобернхайм, Германия
- 2 Adler Dolomiti Spa & Sport Resort, Оритизеи, Италия
- 3 Jasmine Spa and Wellness Holistic Health, Пуэрто-Плата, Доминикана
- 4 Erika, Тироло, Италия
- 5 Gaia Retreat & Spa, Бруклет, Австралия

САМЫЕ СТИЛЬНЫЕ

- 1 Villa Zest Boutique Hotel, Кейптаун, ЮАР
- 2 The ICON Hotel & Lounge, Прага, Чехия
- 3 citizenM Amsterdam City, Амстердам, Нидерланды
- 4 Smyth Hotel – A Thompson Hotel, Нью-Йорк, США
- 5 Opus Hotel, Ванкувер, Канада

САМЫЕ РОМАНТИЧНЫЕ

- 1 Four Seasons Resort Bora Bora, Моту-Техоту, Французская Полинезия
- 2 Capella Ixtapa, Paseo Playa Linda, Икстапа, Мексика
- 3 Hilton Moorea Lagoon Resort & Spa, Мурее, Французская Полинезия
- 4 The St. Regis Bora Bora Resort, Моту-Омее, Французская Полинезия
- 5 Tokoriki Island Resort, Токорики, Фиджи

ЛУЧШИЕ В МИРЕ

- 1 The Phoenix Resort, Сан-Педро, Белиз
- 2 Anastasis Apartments, Имеровильи, Греция
- 3 Hamanasi Adventure and Dive Resort, Хопкинс, Белиз
- 4 Riad Kniza, Марракеш, Марокко
- 5 Derwent House Boutique Hotel, Кейптаун, ЮАР



НАЗВАНИЕ
«Акварель»
КАТЕГОРИЯ
мини-отель

ФОКУС-ОТКРЫТИЕ

НОМЕРНОЙ ФОНД

7 комфортабельных двухместных номеров, каждый из которых имеет свое цветовое решение: бруничный, терракотовый, оливковый, лавандовый, желтый, зеленый, небесный цвет. В каждом номере уникальная атмосфера комфорта и уюта, удобная и функциональная мебель, ванная комната (включая набор махровых полотенец и туалетные принадлежности), кондиционер, телевизор, телефон с прямой международной линией, индивидуальный сейф, фен, Wi-Fi.

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Парковка, ресторан «Тверь», конференц-зал, конные прогулки, экскурсии по Твери, бильярд, пейнтбол.

ДАТА ОТКРЫТИЯ

10 февраля 2012 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Тверь, переулок Трудюлюбия, 3б

СПРАВКА ТБ

На начало 2012 года в Твери имелось 16 объектов размещения различных категорий. Новый отель стал семнадцатым по счету. В Тверской области в 2011 году был введен в эксплуатацию ряд новых объектов, многие объекты строятся или находятся в стадии реконструкции. Это гостиница «Заря» в Твери, гостиница в Весъегонске, «Дом купца Баева» в Старицком районе, вторая очередь отеля в усадьбе «Раек-Знаменское» и другие.

КАК ИДЕТ БРОНИРОВАНИЕ

АНДРЕЙ СМIRНОВ, региональный директор по продажам и маркетингу московских отелей Marriott По статистике предыдущих лет, средняя загрузка московских гостиниц в феврале составляет 60–70%. Предстоящие президентские выборы, спортивные, культурно-развлекательные мероприятия, конгрессы и международные выставки, самой крупной из которых является – «Продэкспо 2012», положительно влияют на загрузку гостиниц в 2012 году. Можно рассчитывать, что средняя загрузка отелей превысит показатели предыдущих лет и составит 65–75%. Основной задачей, стоящей перед отелями, является поддержание высокого уровня загрузки на выходные и праздничные дни (23 февраля). Если оценивать динамику спроса на февраль, можно отметить, что масштабные корпоративные мероприятия бронируются за 4–6 месяцев до их начала, в то время как пик индивидуальных запросов приходится за 2–3 недели до дня заезда.

АННА ШАХОВА, заместитель генерального директора по связям с общественностью Best Western Vega Hotel & Convention Center

Средняя загрузка в феврале составляет 87%. Глубина бронирования довольно большая: первые заявки поступили в середине октября 2011 года (тогда были согласованы цены на 2012 год). Фактически же заявки на бронирование начинают приходить за 6 месяцев. Например,

сейчас мы активно принимаем заявки на сентябрь–ноябрь 2012 года. Наибольшим спросом пользуются стандартные номера и бизнес-класс (то есть номера с минимальной ценой). Нашими основными гостями являются граждане России. Как правило, это жесткие блоки, а следовательно, индивидуалы. В среднем номера бронируются на два–три дня.

ДЕНИС ЛОГАЧЕВ, менеджер по управлению доходами Lotte Hotel Moscow

Спрос на февраль 2012 года значительно отличается от спроса на февраль 2011 года. Несмотря на то, что наша гостиница новая, и количество поступивших к нам заявок на февраль гораздо больше, чем в 2011 году, мы отмечаем, что в целом по рынку заметно снижение спроса на февраль, как в групповом, так и в индивидуальных сегментах. Так как Москва все еще является городом, принимающим в основном деловых гостей, складывается впечатление, что снижение спроса связано со снижением активности бизнеса в связи с предстоящими выборами президента РФ. Верным будет предположение о значительном увеличении бизнес-поездки после окончания плебисцита. Ранние пташки начинают бронировать гостиницу за полгода и более, но таких не более 2% от общего числа гостей, уже сделавших бронирование номера в феврале. Стабильный поток начал поступать на третьей неделе января.

Нельзя игнорировать

Объемы бронирований номеров в отелях через интернет растут год от года в геометрической прогрессии. В соответствии с этим должна меняться и маркетинговая стратегия гостиниц в целом. О том, как осуществить такое преобразование, в интервью «ТБ» рассказал **АНДРЕЙ СМIRНОВ**, региональный директор по продажам и маркетингу московских отелей Marriott.



БЕСЕДОВАЛА АННА ЮРЬЕВА

Расскажите об основных инструментах онлайн-маркетинга, которые наиболее активно используются сегодня. За последние десятилетия активного развития интернета как бизнес-инструмента сформировались традиционные схемы электронного маркетинга: SEO (поисковая оптимизация), e-mail marketing, баннерная и контекстная реклама. Однако прогресс не стоит на месте и сегодня мы видим новые тенденции, такие как активное использование социальных сетей и мобильного интернета.

Одним из первых способов продвижения гостиницы в интернете является собственный сайт. Что необходимо знать для наиболее эффективной работы с сайтом? Сегодня все гостиницы имеют свой собственный сайт, через который можно осуществлять бронирование.

Однако подавляющее большинство бронирований совершается через первоначальное обращение к поисковым системам. Это Google, Yahoo, Bing, в России – «Яндекс». Любая из этих систем выдает одновременно тысячи ссылок по заданному критерию, при этом в абсолютном большинстве случаев пользователь просматривает результаты поиска, представленные именно на первой странице.

Следовательно, чем ближе к началу будет ссылка на сайт вашего отеля, тем больше вероятность того, что потенциальный клиент воспользуется именно ею. Поэтому необходимо настроить поисковые системы соответствующим образом. Они предоставляют такую возможность, если приобретены так называемые «ключевые слова/фраза». Также оптимизировать поиск можно с помощью текста на вашем сайте. Чем чаще в нем встречаются ключевые слова и фразы, тем больше шансов привлечь внимание покупателя, который использует этот критерий для поиска подходящей гостиницы в интернете.

Многие наверняка знают, что службы бронирования создают десятки псевдоофициальных сайтов отеля, которые и появляются в первой десятке поиска. Задача продвижения в поисковых системах – попасть в первую тройку «выдачи» по ключевым словам. Для оценки эффективности надо постоянно следить за конверсией посетителей по определенным ключевым словам, чтобы своевременно убирать или добавлять их с целью лучшего продвижения.

С потенциальными гостями можно взаимодействовать и напрямую – при помощи электронной почты. Однако в сознании большинства массовая рассылка ассоциируется со спамом. Как сейчас решается эта проблема, можно ли сохранить контакт с клиентом, не попав при этом в «черный список»? Сейчас в основном используется так называемый «маркетинг по разрешению», то есть запрос разрешения у гостя перед отправлением письма. Marriott использует систему двойного разрешения Double opt-in system

Наиболее важная маркетинговая информация, которой оперирует отель, – имена гостей, их адреса и адреса электронной почты. Есть закономерная связь между успешностью гостиницы и качеством ее базы данных. Причина элементарна – привлечение нового гостя стоит в среднем в 5–7 раз дороже, чем удержание постоянного клиента.

Marriott очень аккуратно подходит к работе с данным инструментом, используя несколько e-mail каналов, направленных как на участников программы лояльности, так и на тех, кто в ней не участвует. При этом сроки, частота и количество отправляемых сообщений строго оговорены, дабы не превращать рассылку в спам и тем самым не вызывать негативные эмоции у получателей.

Вы упомянули о новых тенденциях в сфере электронного маркетинга, каковы они? Развитие технологий привело к появлению новых тенденций в бизнесе, которые мы не можем игнорировать. Необходимо выстраивать стратегию, ориентируясь на них.

Наиболее популярная сеть – Facebook – дает нам возможность вступить в диалог с гостями, корпоративными клиентами, информируя их о событиях, новых предложениях. Это дополнительная рекламно-информационная площадка. Кроме того, Facebook становится альтернативой поисковым системам, таким как Google, Bing, поэтому присутствие на его страницах жизненно необходимо для развития бизнеса. Marriott, следуя данному тренду, разработал специальное приложение (booking engine), которое позволяет пользователям бронировать отели через Facebook.

Кроме того, Marriott использует особые инструменты для корпоративных клиентов, позволяющие максимизировать количество онлайн-бронирований. Клиентам можно предоставлять доступ к специальным страницам сайта отеля, адаптированным именно для такого сотрудничества. Marriott создал и активно использует данные инструменты, такие как ResLink, Egroup list, ERooming list. Помимо максимизации количества повторных обращений на сайт, это упрощает работу корпоративных клиентов.

Какие возможности для взаимодействия с клиентом предоставляет мобильная версия сайта отеля? Версия сайта для мобильных устройств – это больше чем просто канал бронирования, это своеобразный мост между отелем и клиентом, отелем и партнерами. Сейчас уже запущены приложения для iPhone, Android, Blackberry на английском, немецком, французском, испанском, китайском языках. Marriott Mobile помогает быстро найти близлежащий отель, забронировать номер, проверить все бронирования, а также просмотреть информацию и фото отеля при помощи приложения и мобильного сайта. Путешественники могут стать участниками программы лояльности Marriott Rewards, проверить состояние своего баланса в программе и даже найти местную информацию.



Команда новых управленцев

Новым генеральным управляющим пятизвездного отеля «Коринтия Санкт-Петербург» назначен **Эрик ПЕР**, который прибыл в Северную столицу из Ливии, где управлял отелем «Коринтия Триполи». До начала своей работы в сети «Коринтия» он занимал должность директора по развитию в компании Orient Express, а до этого был генеральным управляющим отеля Voga Voga Lagoon Resort & Spa, расположенного в южной части Тихого океана.

Эрик Пер окончил Высшую школу отельного бизнеса в Париже, получил дипломы в Корнельском университете в Нью-Йорке и в международном университете отельного менеджмента во Франции. Он родился в 1963 году во Франции, женат, имеет двоих сыновей. Помимо родного французского, свободно говорит на английском и знает итальянский язык.

Екатерина САБУРОВА назначена директором отдела продаж и маркетинга отеля «Коринтия». Екате-

рина Сабурова родилась в Москве. В 2002 году окончила Государственный университет управления по специальности «мировая экономика». В 2004 году получила степень кандидата экономических наук, защитив диссертацию по теме «Повышение эффективности въездного туризма в России». С 2001 по 2002 годы прошла курс обучения в Карлтонском университете в Оттаве и получила сертификат Центра торговой политики и права.

Начала свою деятельность в гостиничном бизнесе в 2003 году в отделе продаж и маркетинга трех отелей Marriott в Москве. Занимала ведущие должности в московских Holiday Inn, Renaissance Moscow Monarch Centre Hotel, работала региональным директором по продажам и маркетингу отельной сети Heliopark Hotels&Resorts.

Евгения АНТОНОВА – новый представитель отеля по вопросам продаж и маркетинга в Москве. Выпускница Российского университета дружбы народов, она в 1998

году получила диплом магистра экономических наук. Свою работу в отельном бизнесе Евгения начала в 1996 году в гостинице «Международная» в Москве в отделе приема и размещения. В 1997 году она перешла на работу в отель «Савой», где проработала в общей сложности 7 лет.

В декабре 2004 года Евгения получила предложение принять участие в открытии отелей Holiday Inn Lesnaya и Holiday Inn Suschevskaya в Москве в должности заместителя директора по продажам и маркетинга, где она проработала до 2009 года.

В сентябре 2009 года Евгения Антонова приступила к работе во вновь открывшемся 5-звездном отеле Renaissance Moscow Monarch Centre. Опытный специалист в сфере продаж и продвижения услуг высококлассных отелей, Евгения с интересом встретила предложение стать московским представителем одного из ведущих отелей Северной столицы.



ЭРИК ПЕР

Генеральный управляющий отеля «Коринтия Санкт-Петербург»



ЕКАТЕРИНА САБУРОВА

Директор отдела продаж и маркетинга



ЕВГЕНИЯ АНТОНОВА

Представитель по вопросам продаж и маркетинга в Москве

Глобальное объединение

Carlson Hotels и Rezidor намерены вести совместный бизнес в рамках объединенной компании The Carlson Rezidor Hotel Group. Юридический статус и структура владения бизнеса обеих компаний останутся неизменными, а новая структура займется глобальным планированием и управлением брендов, развитием инструментов, способствующих созданию прибыли, расширением глобальных возможностей по оптимизации закупок и обучением персонала в международном масштабе. Коммерческая деятельность будет вестись от лица The Carlson Rezidor Hotel Group, независимо от географии.

The Carlson Rezidor Hotel Group планирует ряд специальных инициатив по генерированию прибыли, которые будут способствовать достижению цели по созданию дополнительного дохода более 400 млн долларов и увеличению показателя доходности в расчете на номер (RevPAR) на более чем 9 пунктов к 2015

году. Данные инициативы включают усиление команды продаж, использование уникальных инструментов по оптимизации прибыли, партнерские проекты с туристическими агентствами, в том числе с Carlson Wagonlit Travel, а также быстрый рост программы лояльности группы Club Carlson.

Группа будет регулировать управление брендами, чтобы предоставить гостям соответствующий уровень услуг, независимо от местоположения отеля. Совместная деятельность по закупкам будет связана с созданием конкурентных сорсинговых соглашений, преимущественно для высокозатратных и критичных для бизнеса категорий.

Международные программы по развитию персонала помогут The Carlson Rezidor Hotel Group в реализации амбициозной цели – стать работодателем номер один в индустрии гостеприимства.

Системы онлайн-бронирования: новые возможности – новые клиенты

Многие отельеры воспринимают работу с системами бронирования как альтернативу продажам через турагентства или у стойки. Между тем интернет-системы – это еще один инструмент для привлечения клиентов. По данным экспертов системы **онлайн-бронирования Oktogo.ru**, средняя загрузка отелей в России составляет 40%. В крупных городах, таких как Москва и Санкт-Петербург, она составляет 60%. Получается, что пока отелям необходимо использовать все возможные инструменты для продвижения на рынке. Сегодня 60 млн человек в нашей стране имеют доступ к интернету. В 2011 году более половины всех россиян (58%) использовали интернет



для планирования своих путешествий. С каждым годом все больше людей выбирают товары и услуги через интернет. Очень важно, чтобы у них была возможность найти именно тот отель, который им подходит.

КАКИЕ КРИТЕРИИ ВАЖНЫ ПРИ ВЫБОРЕ СИСТЕМЫ ОНЛАЙН-БРОНИРОВАНИЯ

Для начала нужно проанализировать возможности взаимодействия отеля с онлайн-системой. Показателем гибкости системы может стать прямой договор с гостиницей. Такой договор дает ряд преимуществ: быстрое и бесплатное подключение, возможность обучения работе в системе, получение технических консультаций и отчетности, доступность всей бухгалтерской документации, а также подтверждение заявок бронирования по факсу или e-mail. Важно, чтобы система давала гарантию оплаты номера. Крайне необходимо для отеля иметь возможность персонального контакта с менеджерами системы онлайн-бронирования, а не формального присутствия на сайте. На таких условиях

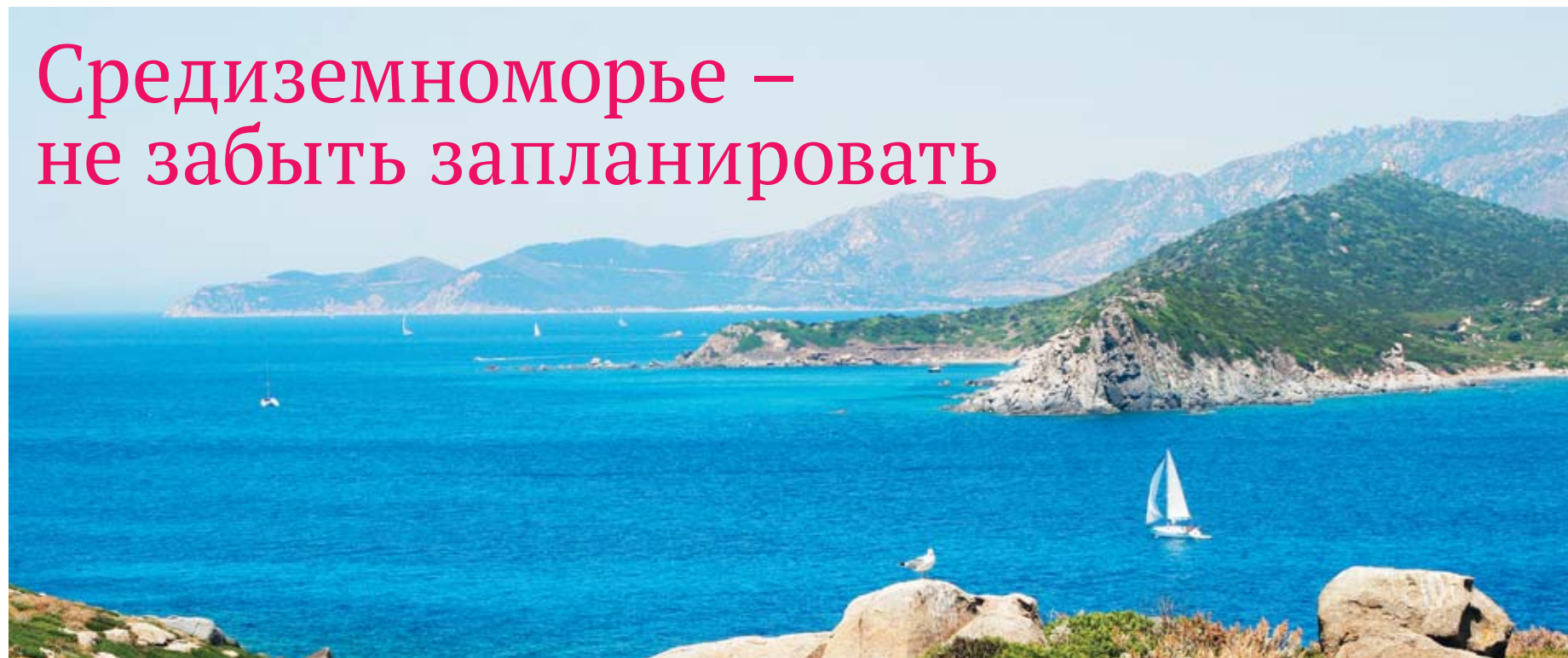


могут работать только крупные российские системы. В базе Oktogo.ru 2200 российских отелей и с большинством из них заключены прямые договоры. Это значит, что гостиницы, работающие в системе, могут также пользоваться системой онлайн-бронирования как маркетинговым инструментом: регулировать стоимость номеров в зависимости от сезона, присоединяться к акциям, которые проводит система, или продвигать свои специальные предложения.

МАРКЕТИНГ С БЮДЖЕТОМ «НОЛЬ»

Работа с системой онлайн-бронирования – это одна из возможностей продвижения, причем, что немаловажно, малобюджетного. Но чтобы получить результат от работы с системами бронирования, необходимо приложить достаточное количество усилий. Отель – очень сложный продукт. Перед тем как сделать окончательный выбор, путешественники анализируют множество факторов. Очень важно, чтобы у клиента не осталось вопросов без ответов. Если обратиться к системе бронирования Oktogo.ru, то там можно увидеть множество параметров, по которым путешественники оценивают гостиницу. Специалисты отдела по работе с отелями системы онлайн-бронирования Oktogo.ru постоянно работают с гостиницами по вопросам улучшения качества представления каждого отеля на страницах системы – помогают составить грамотное описание и разместить информативные, разнообразные фотографии. Следят за тем, чтобы обновлялись данные по загрузке номерного фонда, и проверяют актуальность представленных цен. Еще один существенный критерий – наличие службы поддержки. В нашей стране девять часовых поясов и не всегда гость может дозвониться в отель в удобное время, чтобы уточнить детали. Зачастую это просто дорого. Служба поддержки системы онлайн-бронирования Oktogo.ru работает в режиме 24/7. В любое время из любой точки мира клиент может написать нам или позвонить в офис и получить квалифицированную справку об отеле, стоимости номеров и состоянии брони. У сотрудников служб бронирования и приема отелей также есть возможность связаться со специалистами системы онлайн-бронирования Oktogo.ru в любое время суток. Таким образом, система онлайн-бронирования является надежным связующим звеном между отелями и их клиентами.





Средиземноморье – не забыть запланировать

Эксперты утверждают, что на побережье Средиземного моря россиянами в первую очередь бронируются дорогие курорты. Туристы, привыкшие к отдыху высокого уровня, знают, что гарантированно разместиться на элитном курорте в полном соответствии с их запросом можно только, «забронировавшись» заблаговременно.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

«ЛИДЕР ВЕСЕННЕГО СЕЗОНА, КОНЕЧНО ЖЕ, ИСПАНИЯ – СОЛНЕЧНАЯ, ЗАГАДОЧНАЯ И НЕПОВТОРИМАЯ»

Коммерческий директор компании «ВАМ-тур» Александр ДЕМИН

Тенерифе – курорт круглогодичный, спрос на него увеличивается год от года. Континентальная Испания не отстает – регулярно появляются новые предложения, открываются новые для нашего рынка курорты. Например, в предстоящем летнем сезоне «ВАМ-тур» представит российским

туристам уникальную возможность отдохнуть на новом курорте Марина-Д'Ор (Валенсийское Сообщество). Он расположен в 45 минутах езды от аэропорта Валенсии и располагает всей необходимой инфраструктурой. Здесь работают два парка аттракционов, бары, рестораны, ботанический сад, термальный комплекс. Это идеальное место для отдыха с детьми. Со 2 июня будет организован регулярный прямой перелет в Валенсию. Еще одна новинка – социальные туры для людей почтенного возраста. Эту программу мы запустили осенью прошлого года. Специально для пожи-

лых людей подготовили туры со значительными скидками. Они проводятся в период, когда погодные условия особенно благоприятны и комфортны для отдыха лиц этой возрастной категории: с октября по апрель. Увидев, насколько новинка популярна и востребована, мы приняли решение продлить действие программы на летний сезон.

Традиционно популярными весенними направлениями остаются экскурсионные программы по Испании с началом поездки в Мадриде или Барселоне, а также индивидуальные туры. Многие путешественники уже не хотят довольствоваться обычными стандартными турпакетами. Следя за спросом и изменениями в предпочтениях клиентов, мы стали предлагать

комбинированные туры: один-два дня в Барселоне или Мадриде, затем – отдых на Тенерифе. Данный вариант программы – идеальное сочетание полезного с приятным. И это далеко не полный перечень того, что может предложить Испания.

«ИТАЛИЯ – СТРАНА С НЕОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ДЛЯ РЕКРЕАЦИИ»

Генеральный директор компании «Турпарад» Екатерина ФЕДОРОВА

Италия предлагает всевозможные экскурсионные маршруты, отличный пляжный отдых, лечение и оздоровление, шопинг, тематические туры – винные, гастрономические, карнавалы. Путешественники, которые ищут романтику, отдают предпочтение Вечному городу. У нашей компании взяты круглогодичные блоки мест на рейсах в Рим авиакомпании Alitalia. Для желающих совершить шопинг распахивает свои двери Милан. На этом направлении мы также имеем блоки мест на авиарейсах. Все большим спросом у россиян пользуются туры на курорты с возможностью лечения и оздоровления – Абано-Терме, Монтегротто-Терме, Монтекатини-Терме.

Наши основные летние направления – Сардиния и Тоскана. Мы являемся консолидаторами рейсов в Кальяри, Олбио и Пизу. Потоки, направленные в эти регионы, характеризуются четко выраженной сезонностью с высоким периодом с апреля по октябрь. Имея собственную принимающую компанию в

Кальяри, мы контролируем качество обслуживания и ведем конкурентоспособную ценовую политику. Проблемой может стать только демпинг со стороны конкурентов. Раннее бронирование уже давно открыто и идет полным ходом. Туристы предпочитают планировать идеальный отдых заблаговременно, поскольку есть возможность выбрать лучшие варианты размещения и выиграть в цене. В первую очередь бронируются дорогие курорты, такие как Forte Village. Туристы, привыкшие к отдыху высокого уровня, знают, что гарантированно разместиться на подобном курорте в полном соответствии с их запросом можно только, «забронировавшись» заблаговременно. Думаю, что по итогам сезона, турпоток на юг Италии вырастет на 20%.

«ПРИГЛАШАЕМ НА ПОБЕРЕЖЬЯ АДРИАТИЧЕСКОГО И ЧЕРНОГО МОРЕЙ»

Генеральный директор компании «Балкан Экспресс» Елена МАРКЕЛОВА

В предстоящем сезоне в Черногории мы сделаем акцент на отели и апартаменты Будванской, Барской, Ульцинской и Герцег-Новской Ривьеры. В Словении – на термальные и спа-курорты, а также на

ТОП-10 ЛУЧШИЕ ПРИМОРСКИЕ ГОРОДА-КУРОРТЫ

- 1 Биарриц, Франция
- 2 Анталья, Турция
- 3 Сидней, Австралия
- 4 Рига (Юрмала), Латвия
- 5 Лос-Анджелес, США
- 6 Венеция, Италия
- 7 Кейптаун, ЮАР
- 8 Барселона, Испания
- 9 Ницца, Франция
- 10 Ванкувер, Канада

ИСТОЧНИК: travel.aol.co.uk

ТУРОПЕРАТОР
V.A.M. TOUR

НОВИНКИ ЛЕТНЕГО СЕЗОНА:

NEW Новый курорт в Валенсии –
MARINA D'OR

- ✦ Престижный отдых на Канарских островах круглый год.
- ✦ Экономичный и престижный отдых на Коста Брава, Коста Дорада, Марина Д'ОР в Валенсии, Коста дель Соль.

NEW ЧЕХИЯ
Экскурсионные и легковые туры

- ✦ Отдых на Балеарских островах - Майорка, Ибица.
- ✦ Экскурсионные туры из Барселоны и Мадрида.
- ✦ Корпоративные туры.
- ✦ Собственные чартерные рейсы.
- ✦ Визовая поддержка.

Москва, пл. Тверская застава, 3, офис 325;
Тел.: (495) 221-76-99; www.vam-tour.ru

V.A.M. TOUR ОТАБИХАТЬ КРАСИВО -ЛЕГКО!

ТУРОПЕРАТОР
балкан
WWW.BALKAN.RU

Всегда выгодные предложения!

БОЛГАРИЯ, ЧЕРНОГОРИЯ

скидка 35 €

предъявителю объявления*

*скидки не суммируются

(495) 628-04-04

м. Охотный ряд: ул. Тверская 7, подъезд 7
м. Парк культуры: Кропоткинский пер, д.4, этаж 3, офис 309
м. Марьяна роща: ул. Суцеский вал, 43, офис 35/1
м. Нагатинская: Варшавское шоссе, 42, офис 2316

ежедневно с 9:00 до 21:00 без выходных
www.balkan.ru



« В весенне-летнем сезоне мы ожидаем 15–20%-ный рост турпотока из России на Мальту. Предполагается, что он, в частности, будет достигнут за счет жителей Санкт-Петербурга – из города на Неве на Мальту теперь будут выполняться не один, а два прямых авиарейса в неделю. Помимо стандартных экскурсионных и пляжных туров особенной популярностью, как и прежде, пользуются программы по изучению английского для детей и взрослых, детские лагеря, дайвинг, деловой и корпоративный туризм. В прошлом году 116 тысяч человек приехали на Мальту с деловыми целями или в составе корпоративных групп. Точной цифры по российским туристам нет, но их количество постоянно растет. Мы ожидаем, что в текущем году среди россиян станет больше таких туристов, которые начинают свое путешествие с Мальты. Многие компании, которые раньше с этим направлением не работали, начали продавать круизы, стартующие с Мальты. »»

**АНТОНИ
КАРУАНА**

Глава представительства
Мальтского управления по туризму
в Москве

отдых и лечение на Адриатическом море на курортах Рогашка Слатина, Порторож, Блед, Бохинь. За 18 лет работы наши сотрудники накопили колоссальный опыт работы с Балканским регионом. Ведя последовательную работу в Болгарии, Хорватии, Черногории и Словении, наши менеджеры довели стандартный процесс организации тура до идеальной лаконичности. Мы предлагаем самые бюджетные варианты – стремительно набирающие популярность апартаменты, разме-

щение в которых будет стоить в два раза дешевле, чем в 4-звездочном отеле на том же побережье. Это идеальный вариант для семейного отдыха. Тем же, кто привык останавливаться в гостиницах, мы готовы предложить сотни вариантов как на северном (Варна), так и на южном (Солнечный берег) побережьях Болгарии. Благодаря обилию перевозчиков, мы предлагаем туры любой продолжительности. В нашей компании найдутся предложения отдыха на самый разный вкус. **Тб**

МАЛЬТА

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

airmalta.com Мальтское Управление по Туризму рекомендует:

МАЛЬТИЙСКИЙ КЛУБ

ICS TRAVEL GROUP «ДОБРЫНИНСКАЯ» 748-48-47 (мск.) www.icstrvl.ru	МЕЛИТА ТУРС «АРБАТСКАЯ» 411-9032, 697-4719 www.maltatour.ru	ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС-МФ «НАГАТИНСКАЯ» 961-2725 www.travel-express.ru
ВАНД ИНТЕРНЭШНЛ ТУР «ТВЕРСКАЯ» 780-3661 www.vand.ru	НЕВА «ТАГАНСКАЯ» 799-9444, 796-9448 www.nevatravel.ru	ТРИС-Т «МАРКОВСКАЯ» 739-2552 www.tris-id.ru
ДИАЛОГ «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ» 730-2022 (мск.) www.maltaresort.ru	СОЛВЕС-ТРЭВЭЛ «КРОПОТКИНСКАЯ» 950-1418 www.solvez.ru	ТРЭВЕЛМАРТ «ТАГАНСКАЯ» 935-8336, 935-8515 www.mymalta.ru
ИНСАЙТ-ЛИНГВА «НОВОСЛОБОДСКАЯ» 795-0822 www.j-l.ru	СТБ ТУРС «СМОЛЕНСКАЯ» 638-5333 www.stbtours.ru	ТУРБИРО МОСКВА «КРОПОТКИНСКАЯ» 510-5510 (мск.) www.tbmos.ru
КОНСОЛ «ИСТЫЕ ПРУДЫ» 980-8112, 980-8113 www.konsol.ru	Сокровенная тайна Средиземноморья www.visitmalta.com	УЛЬТРАТУР «ТУРЕНЕВСКАЯ» 937-4828, 625-9171 www.ultratour.ru

Безопасная и веселая

Показатели туристической статистики на Мальте демонстрируют уверенный рост

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

Посткризисный спад на Мальте в минувшем году полностью компенсирован. С января по октябрь 2011 года число посетивших архипелаг туристов выросло на 7% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее. Прирост был особенно заметным в круизном сегменте. По статистике туристического представительства страны, только за октябрь 2011 года Мальту посетило 76 тысяч круизных туристов. Правительство Мальты уделяет особое внимание развитию круизного сегмента туристической индустрии. Прямой доход мальтийской казны от круизов составляет ежегодно не менее 30 млн евро. Судя по всему, эта цифра будет расти: крупнейший европейский туроператор TUI выбрал Мальту в качестве своего базового порта на ближайшие два года.

Вырос и поток российских туристов на Мальту. По данным Росстата, за 9 месяцев 2011 года с туристическими целями на архипелаг прибыло 17,6 тысячи россиян. Это на 17% больше аналогичного показателя 2010 года. В общем объеме турпотока – около 1,3 млн отдыхающих – доля россиян пока невелика. По расчетам мальтийского правительства, острова в общей сложности могут ежегодно принимать около 1,5 млн туристов. И те 200–300 тысяч мест, которые сейчас свободны, могли бы занять туристы из России. К слову, во время поездки наши соотечественники тратят больше денег, чем гости из других стран. Стоит также отметить, что Россия занимает четвертое место по количеству граждан, обучавшихся в мальтийских языковых школах. Россиян здесь опережают только итальянцы, немцы и испанцы.

ПАСХА НА МАЛЬТЕ

В этом году католическая Пасха приходится на 8 апреля. На Мальте этот христианский праздник отмечают ярко и массово. Путешественники из России Пасха на Мальте, возможно, покажется несколько непривычной, но этот красочный праздник прекрасно раскрывает путешественникам характер и обычаи мальтийцев. Подготовка к празднованию начинается нака-

нуне в субботу: в мальтийских церквях и храмах проходят службы. В 17 часов начинаются вечерни с выносом плащаницы из алтарей. Непосредственно в крестном ходе принимается участие большинство жителей. Многие из них годами ждут особой чести нести по улицам статую Христа Спасителя. Стоит отметить, что в каждом городе процессии разные, у каждой – свои история и обычаи. Пасха на Мальте – это семейный праздник, его принято встречать в кругу родных и близких. На Пасху мальтийцы готовят традиционные блюда: варчималь (постное миндальное пирожное) и фиголли (разноцветные пасхальные пряники), а также постный фтайяр, сладости на основе карамели, горячие сдобные булочки с рисунком в виде креста и многое другое. Пасха символизирует приближение лета, ведь в первую среду после нее (в этом году – 11 апреля) празднуют день Святого Григория. Считается, что этот день открывает на островах архипелага пляжный сезон.

БЕЗОПАСНАЯ ДЛЯ ТУРИСТОВ

Эксперты ООН признали Мальту и Катар самыми безопасными странами планеты. Сообщение об этом опубликовало издание World Risk Report 2011. Представители международной организации проанализировали ситуацию в 173 странах мира на предмет вероятности возникновения природных катаклизмов и возможностей по ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций. Комментируя результаты «проверки», генеральный директор Управления по туризму Мальты Джозеф Формоза Гаучи отметил, что документ года не преподнес никаких сенсаций – скорее официально признал то, что фактически уже давно ни для кого не секрет: Мальтийские острова безопасны во всех отношениях. Добавим, что безопасность сочетается на Мальте с широким разнообразием предлагаемых видов туризма. Страна демонстрирует замечательные результаты в развитии таких разнообразных сегментов туристической индустрии, как круизы и образовательные туры, экскурсионно-познавательный, деловой и лечебный туризм.



»» Пятизвездный отель Corinthia Palace Hotel & Spa в Сан-Антоне третий год подряд признается «Лучшим отелем на Мальте». Последняя награда была вручена генеральному менеджеру гостиницы на церемонии World Travel Awards, которая состоялась в Анталии. Примечательно, что Corinthia Palace Hotel & Spa является самым первым отелем Corinthia. Он был открыт более 40 лет тому назад при участии принца Филиппа. Гостиница расположена в здании XIX века, раньше здесь находилась эlegantная частная вилла. В отеле 152 комфортабельных просторных номера с балконами и современными удобствами. Из окон открывается живописный вид на президентский дворец. К услугам гостей – фирменный спа-салон Athenaeum Day Spa и восточный ресторан Rickshaw. Благодаря центральному месторасположению гостиницы постояльцы Corinthia Palace Hotel & Spa могут без особых проблем добраться до любой точки острова.



Неля Огурцова: «Наше кредо – верность Испании»

Туристическая компания «Время Тур» работает с 1992 года как монооператор по Испании и Андорре. В новом летнем сезоне «Время Тур» остается верным Испании и предлагает на этом направлении немало новинок, о которых рассказывает коммерческий директор компании НЕЛЯ ОГУРЦОВА.

Неля, какие новинки грядущего теплого сезона и просто интересные программы, на ваш взгляд, заслуживают особого внимания?

Имея в своем арсенале одну страну и работая на этом направлении почти 20 лет, мы с удовольствием раскрываем новые грани и возможности Испании. В этом сезоне мы продемонстрируем широкие возможности для отдыха на побережьях Коста-Бланка и Коста-Калида.

Коста-Бланка – это не только популярный курорт Бенидорм, но и городки Кальпе, Вилья-Хойоса, Гандия. Это протяженные песчаные пляжи, лучшие климатические условия на всем побережье Испании. Мы предлагаем там апартаменты и отели как для спокойного семейного отдыха, так и расположенные в тусовочных местах, где 24 часа в сутки работают более 160 диско-баров, проходят ночные шоу и спектакли. На Коста-Бланке сосредоточены лучшие тематические парки Испании: «Терра-Митика», «Терра-Натура», «Аква-Натура», «Мундомар», «Акваландия». Разнообразен выбор экскурсий: Валенсия, Аликанте, Гуадалест, Альтея.

Коста-Калида (Мурсия) – это бальнеологическая зона, которая славится своими лечебными грязями, широким выбором спа-отелей, гостиниц для спокойного семейного отдыха. Мы также возобновляем программы на побережье Коста-дель-Соль, оно незаслуженно забыто российскими туристами. Андалусия – это лучшие пятизвездные отели, разнообразие пляжей, туристические жемчужины, куда стремятся туристы со всего мира: Гранада, Севилья, Кордова, Ронда, Михас, Малага. Это отдых для всех возрастных и социальных групп.

Компания расширяет ассортимент экскурсионных туров. Сейчас в нашем каталоге представлены порядка 30 программ по Испании, а также комбинированные туры, предусматривающие посещение Португалии, Франции, Италии и Андорры. Новинки сезона – тур «Старая Кастилия» по центральной части Испании (Мадрид, Авила, Паленсия, Вальядолид), двухнедельный тур по Галисии, комбинированный тур с мини-круизом «Жемчужина Средиземноморья», тур по Андалусии. Также предлагаем большой выбор круизов из Барселоны и Малаги.

Как будет выполняться ваша авиаперевозка по этим направлениям?

Мы планируем организовать чартерный рейс в Аликанте по субботам, подписали контракты на блоки на регулярных рейсах авиакомпании S7 три раза в неделю: по средам, пятницам и субботам. То есть мы сможем организовывать туры на уикенды, неделю, 10 дней и т.д. Это очень удобно для планирования отдыха всей семьи. Планируем рейсы в Барселону два раза в неделю по субботам и средам, рейс в Малагу по субботам, блоки на Мальорку три раза в неделю по вторникам, четвергам и вос-

кресеньям, блок на Тенерифе по пятницам. Для организации индивидуальных туров используем регулярные рейсы различных авиакомпаний.

Неля, почему агентствам интересно работать именно с вами?

Самое главное для агентств при выборе туроператора – это надежность. Компания «Время Тур» не имеет задолженностей перед иностранными партнерами и авиакомпаниями, не имеет обязательств по выплате кредитов банкам, четко выполняет платежи в России и за границей. Наше имя пользуется заслуженным авторитетом как на территории России и стран СНГ, так и за рубежом. У нас постоянный штат сотрудников со стажем от 5 до 19 лет. Их профессионализм помогает сохранять контакты с агентствами, которые работают с нами много лет. Наш маркетинговый отдел отслеживает предложения конкурентов. По возможности корректирует цены, но не за счет снижения качества продукта. Минимальная комиссия для агентств при работе в онлайн составляет 12%. На некоторые даты комиссия достигает 15–17%. Штрафные санкции рассчитываются строго по фактическим затратам, все денежные возвраты выполняются в срок. В свою очередь мы требуем от агентств выполнения условий договора по своевременной оплате, донесению информации клиентам, предоставлению документов для открытия визы. Аккредитация в консульстве Испании и система «Виза-тур» позволяют нам своевременно открывать мультивизы на срок от полугодия до двух лет. Мы тщательно отбираем гидов на побережьях и в экскурсионных турах. Наши клиенты практически никогда не сталкиваются с проблемой замены отелей. Почти на всех побережьях туристам предлагаются включенные в турпакет бесплатные экскурсии.

Планируете ли вы проведение семинаров, рекламных туров?

Перед сезоном мы всегда проводим рекламные туры по всем нашим направлениям: отдых на побережье и островах, экскурсионные программы. Уже сейчас на сайте www.vremiatour.ru в разделе «Рекламные туры» можно ознакомиться с расписанием поездок сезона 2012 года. К каждому туру мы подключаем индивидуально. Главное для нас – познакомить агентство с регионом, с его преимуществами для различных категорий клиентов, с экскурсиями, показать основные отели. Также мы организуем рекламные туры для директоров агентств, в рамках которых проводим семинары по совместной работе, показываем лучшие отели побережья, лучшие экскурсии, даем время для полноценного отдыха. Регулярно проводим обучающие мастер-классы как в нашем офисе, так и выездные, на местах. Для повышения профессионального уровня агентств в наших офисах проводятся презентации испанских отелей. При этом обязательно проходят розыгрыши путевок в эти гостиницы. На нашем сайте, который мы рекламируем на популярных интернет-порталах и в поисковых системах, есть раздел «Генеральные агенты», где мы бесплатно размещаем информацию об агентствах, в которых можно купить наши туры. Условия работы и образец агентского договора можно найти в этом же разделе. На наших ежегодных праздниках, которые мы проводим во время туристических выставок, мы и наши испанские партнеры награждаем лучшие агентства неделей отдыха в Испании. Сейчас, когда остается все меньше российских операторов, мы призываем вас поддержать российского оператора на испанском направлении.

Семейный отдых от MyWayTour

Московская компания MyWayTour работает на рынке один год. Оператор уже успел заключить выгодные контракты на Кипре, в Болгарии и других странах. О турфирме и ее планах на сезон рассказывает генеральный директор MyWayTour ЕЛЕНА МОТОРИНА.



БЕСЕДОВАЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Елена, как появилась ваша компания? История нашей компании началась в 2008 году, когда у нас родилась идея создания и развития туристической фирмы, ориентированной в первую очередь на семейный отдых, отдых с детьми и просто детский отдых. За три года «Агентство Семейных Путешествий» – именно так назывался наш первый проект – сумело приобрести хороший опыт, уверенность и репутацию надежных партнеров. Кризисный период 2008–2009 годов оказался непростым. Сложнее всего было не разочароваться в принципах. Нам было сложно развивать свои проекты, находить правильные решения и договариваться с партнерами. Однако опыт, полученный в самом начале становления, стал хорошей закалкой, укрепил нашу веру в избранном пути, позволил не только удержать свои позиции, но и усилить их. В прошлом году мы решили развивать свой проект дальше. Так появилась MyWayTour – специализированная туроператорская компания. Мы решили и впредь придерживаться концепции семейного отдыха, отдыха, способствующего физическому, интеллектуальному и духовному здоровью семьи. Сегодня мы разрабатываем целый портфель продуктов, который, как надеемся, будет интересен для наших партнеров и туристов.

Какие направления вы предлагаете в этом весенне-летнем сезоне? На какие курорты и программы делаете особый акцент?

Мы подготовили интересные программы по многим странам. Основным своим направлением выбрали Кипр. Почему именно Кипр? Это политически стабильная страна. Здесь хорошая отельная база, способная удовлетворить потребности клиентов с разными вкусами и разным бюджетом. На этом направлении доступные и недорогие перелеты, действует упрощенный визовый въезд для граждан РФ. И, конечно же, море. Лазурное, чистое, теплое море, которое так любят наши туристы.

Есть ли у вас какие-то «изюминки» на кипрском направлении?

Разумеется. Хочу обратить внимание на предлагаемый нами комплекс эксклюзивных апартаментов на курорте Пафос – Oracle Exclusive Resort. Просторные апартаменты с одной, двумя и тремя спальнями. Они оборудованы полноценными кухнями с современной техникой, ванные комнаты сделаны по наивысшему стандарту. В комплексе есть бассейн, тренажерный зал с кардио- и тонизирующим оборудованием. К услугам посетителей – спа-центр, сауна и баня с парной. Все предлагаемые комплексы осмотрены нами лично, и мы несем полную ответственность за то, что заявленные услуги будут предоставлены клиентам на самом высоком уровне.

Как будет выполняться авиаперевозка на Кипр? Мы сотрудничаем с основными перевозчиками на этом направлении – «Аэрофлотом» и «Кипрскими авиалиниями». Планируем выкупать блоки мест на их чартерных рейсах. В настоящий момент ведутся переговоры с нашими партнерами. В любом случае мы сделаем все возможное, чтобы наш турист путешествовал в максимально комфортных условиях.

Какие еще направления для вас приоритетны в этом году?

Прежде всего, Болгария. Мы предлагаем размещение на курорте Солнечный берег, пакетные туры с проживанием в отелях и аренду апартаментов. Болгария традиционно считается популярным туристическим направлением для российских туристов, так как отдых в этой стране остается одним из самых доступных. Мы также рады предложить клиентам спа-путешествия в Венгрию и Словению, оздоровительные и экскурсионные туры. А также туры в ОАЭ, на Маврикий, Сейшелы и в другие экзотические страны.

Как вы строите свою работу с агентствами?

По опыту мы знаем, что всегда очень сложно подобрать размещение для большой семьи, например, двоих взрослых и троих детей, или троих взрослых и троих детей. Как правило, такие заявки идут только под запрос – менеджеры должны запросить отель, получить подтверждение и только после этого они могут подтвердить заявку агентству. У нас все доступно в режиме онлайн-бронирования.

Мы планируем провести рекламный тур на Кипр, где сможем познакомить агентства с последними новинками отельной базы. В этом году на острове открывается множество новых гостиниц. Более подробная информация появится в ближайшее время у нас на сайте. Также мы организуем вебинары, мастер-классы и другие аналогичные мероприятия.

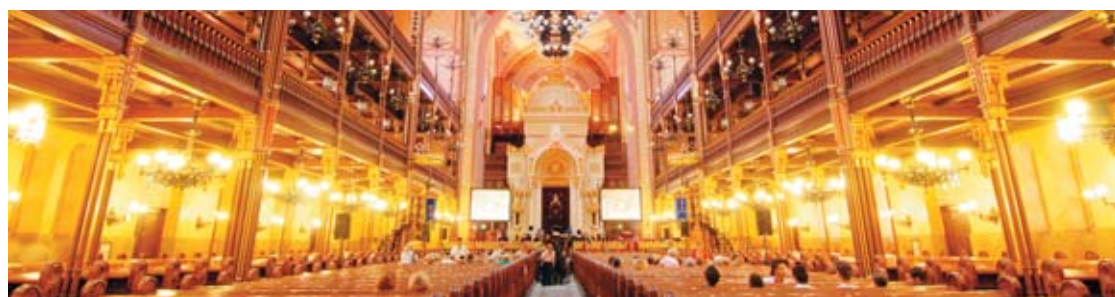
По нашим эксклюзивным предложениям мы готовы предлагать повышенную комиссию – до 15%. Мы заинтересованы в сотрудничестве с агентствами и сделаем все возможное, чтобы и агентства были заинтересованы в нас.



+7 (495) 668-07-90
+7 (495) 785-77-90
sales@mywaytour.ru
www.mywaytour.ru



vengria.ru



Еврейский фестиваль в столице

С 26 августа по 2 сентября 2012 года в столице Венгрии пройдет Еврейский летний фестиваль – один из самых значительных праздников и культурных фестивалей в Центральной Европе. Мультикультурные серии программ представляют венгерскую и еврейскую культуру, что делает мероприятие самым главным еврейским фестивалем в Европе. По традиции, которая берет начало с 1998 года, фестиваль проходит в последнюю неделю лета. Центром проведения служит крупнейшая и наиболее импозантная синагога в Европе – синагога на улице Дохань в Будапеште.

Из года в год на фестивале проводятся различные развлекательные программы, концерты, мероприятия для молодежи, книжные ярмарки, ярмарки народных промыслов и многое другое. Одним из ключевых событий является выступление лучших исполнителей клезмера – традиционной нелитургической музыки восточно-европейских евреев.

Главная цель фестиваля – знакомство с еврейской культурой и представление важности других культур, существующих в мире совместно.

Будапештский Летний Фестиваль 2012

Больше чем театр: Впечатление!
июнь-июль-август



места проведения программ

ЛЕТНЯЯ СЦЕНА ОСТРОВА МАРГИТ
ЛЕТНЯЯ СЦЕНА ВАРОШМАЙОРА
ВЫСТАВКА В ЧЕСТЬ
101 ГОДА ВОДОНАПОРНОЙ БАШНИ
МОНАСТЫРЬ СВЯТОЙ МАРГИТ
ЧАСОВНЯ ПРЕМОНТРЕЙ
ИНТЕРАКТИВНАЯ СКАЗОЧНАЯ СЦЕНА

особые программы

Los Vivancos — испанское танцевальное шоу — **МИРОВАЯ СЕНСАЦИЯ**
Батори — музыкальная премьера оперы
Зорба — постановка известного балета Микиса Теодоракиса
The Blues Brothers — концертное шоу
Турандот — самая красивая опера-сказка Пуччини
Jazzy Tower — субботний вечер джаза
Огни и любовь на Ивана Купала — танцевальные игры



"Направление - на Будапешт!"

"Остановитесь на ночлег в Будапеште, используя билет в театр!"

Для индивидуальных и групповых гостей возможность по выгодным ценам получить не только культурную программу, но и ночлег!

Более 100 программ!

www.szabatter.hu



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ:

<http://zsidonyarifesztival.hu/mainpage.html>

Венгрия 2012 Новости туризма



Мако – рецепт оздоровления

20 января в городе Мако в Южной Венгрии открылся новый уникальный купальный комплекс. Купальню славящегося своим луком городка в регионе Алфельд построили по проекту скончавшегося осенью 2011 года архитектора Имре Маковца. Не имеющий аналогов стиль этого мастера придает уникальность раскинувшейся на площади 12 тысяч квадратных метров купальной империи. Чем интересен этот комплекс?

Имре Маковец проектировал многие здания города. По разработанному им проектам были построены автовокзал, ясли, дворец культуры. Купальня «Хадьматикум» (лук по-венгерски – хадьма) считается самым импозантным и интересным творением.

В построенном на территории старой купальни новом здании разместились лечебное отделение, велнес-центр, а также «Детский мир». Здесь везде можно видеть изображение символа города – лука. О культуре лука напоминает форма здания, детали интерьера, небольшие башенки и даже друг детей Хадь Мано. Но самое важное здесь – живительные воды: гостей ждут 16 открытых и крытых бассейнов с общей площадью водной поверхности 800 квадратных метров. Из лечебного бассейна с водой температурой 36°C можно выплыть в открытый лечебный бассейн. Лечебные воды Мако эффективны при врачевании гинекологических заболеваний, болезней суставов и позвоночника.

В 35 процедурных кабинетах лечебного отделения жаждущих излечения гостей ждут проводимые под контролем врачей водная экстензия (ванны с отягощением), подводный массаж водными струями, электротерапия, а также грязевые процедуры с доставляемой из соседней реки Марош слегка радиоактивной грязью.

В велнес-центре десять массажистов предлагают различные виды массажа. В мире саун под руководством профессиональных банщиков устраиваются различные сеансы саун.

1200 гостей могут одновременно пользоваться услугами купальни, в которой также работают ресторан и кафе. В заключение, но не в последнюю очередь, отметим возможности проведения досуга. В городе родились Джозеф Пулиццер, чье имя носит международная премия в сфере журналистики (Премия Пулицкера), а также Джозеф Галамб, который был ведущим проектировщиком Ford T-Model. Посвященные им экспозиции можно увидеть в местном музее, а в летний сезон – испытать настоящую T-Model.

Пройдя к руслу реки Марош, мы попадем в настоящий Парк приключений, откуда по канатной переправе можно перебраться на другой берег реки. Летом 2012 года появится 800-метровый прогулочный маршрут по кронам деревьев. Он будет проложен на высоте 8 метров над уровнем реки.



vengria.ru

БЮРО СОВЕТНИКА
ПО ТУРИЗМУ ВЕНГРИИ

Россия, 121069, Москва,
ул. Поварская, д. 21
Тел.: +7-495-632-01-44
Факс: +7-495-632-01-53
E-mail: info@vengria.ru
Internet: www.vengria.ru
www.spavengria.com



HAGYMATIKUM
A fürdők fürdője

КУПАЛЬНЯ
«ХАДЬМАТИКУМ»

Венгрия – 9600 Mako
Makovecz ter 6.
titkarsag@hagymatikum.hu
www.hagymatikum.hu



vengria.ru



С фестиваля VOLT на финал Евро-2012 через Вену и Будапешт

Бюро Советника по туризму Венгрии приглашает на стенд «Венгрия» на выставке **Intourmarket**, которая состоится 17–20 марта 2012 года. Участники: венгерские и российские туроператорские компании, гостиницы, курорты. 19 марта в рамках выставки на Международной конференции по доступному туризму выступит Рудольф Гёрёг, директор замка-санатория Fopix (Нюградгардонь). Тема доклада – «Опыт Венгрии в организации доступного туризма».

Бюро Советника по туризму Венгрии приглашает на стенд «Венгрия» на выставке **MITT**, которая состоится 21–24 марта 2012 года. На протяжении трех дней работы выставки на стенде будут проходить дегустации венгерского вина и лечебного чая. Участники: венгерские и российские туроператорские компании, гостиницы, курорты.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:
http://sziget.hu/volt_english

Одной из главных тем для обсуждения мировой общественности в июне нынешнего года станут события Евро-2012. У болельщиков и путешественников появится уникальная возможность без потери времени посетить сразу два крупных европейских мероприятия. Побывав на четвертьфиналах, туристы смогут приехать в Вену и, проведя здесь некоторое время, легко и быстро добраться до находящегося в 60 км от австрийской столицы Шопрона – красивого венгерского города на австро-венгерской границе. Шопрон в период с 27 по 30 июня 2012 года станет главной музыкальной сценой Центральной Европы, на которой выступят представители таких музыкальных жанров, как рок, тяжелый рок, альтернативный рок, поп, джаз, электро в рамках фестиваля VOLT-2012. Встречающий гостей великолепными видами своего исторического центра и проходящими в нем культурными программами и ярмарками, Шопрон дает возможность получить незабываемые впечатления, попробовать блюда знаменитой венгерской кухни и завести новые знакомства. В дни проведения фестиваля будут проходить полуфиналы в Донецке и Варшаве 27 и 28 числа соответственно. Туристы смогут выбрать, какое мероприятие им интереснее и какому стоит уделить должное внимание. Также во время фестиваля путешественники смогут посетить один из самых красивых городов мира, жемчужину Дуная – Будапешт. Столица Венгрии сама по себе является купальной столицей мира с более чем 130

источниками лечебной воды и одно только это обстоятельство делает город уникальным. Однако это его не единственная особенность – Будапешт и окрестности буквально усеяны историческими и культурными достопримечательностями, например, проспект Андрашши включен в список объектов Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.



«Формула-1» в Будапеште

29 июля 2012 года на трассе Хунгароринг, которая находится недалеко от венгерской столицы, состоится Гран-при Венгрии – один из этапов чемпионата мира по автогонкам в классе «Формула-1». Это отличная возможность для зрителей и болельщиков совместить посещение столь крупного спортивного события с лечением и отдыхом в одном из красивейших городов, купальной столице мира – Будапеште, где насчитывается более 130 горячих источников с лечебной водой. Гран-при пройдет в ближайшем пригороде Будапешта, поэтому гости города смогут без проблем отправиться к месту проведения мероприятия прямо из гостиниц, где во время Гран-при будут действовать специальные предложения на размещение. Кроме того, в Будапеште и его окрестностях большое количество архитектурных, культурных и исторических достопримечательностей. Три объекта в центре города занесены в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО – проспект Андрашши, вид на набережную Дуная и Будапештская крепость. Людей, которые пожелают разместиться ближе к центру событий гоночной сессии, и тех, кому больше по душе спокойствие и домашний уют, чем шум большого города, с радостью встретят в небольшом уютном городке Гёдёллё, что в 10 км от трассы. Здесь предлагают уникальные курсы оздоровления, программы отдыха и развлечений. Достойны внимания Королевский дворец с парковым комплексом в 29 гектаров, барочный шедевр и одна из самых знаменитых дворцовых усадеб Венгрии; городской музей, расположенный в старейшем здании города, где действуют постоянные выставки, посвященные

венгерскому искусству. Рядом с городом расположен знаменитый конный парк братьев Лазар, где посетителям предлагают различные культурные, развлекательные и гастрономические программы, в том числе знаменитые венгерские конные шоу.



vengria.ru

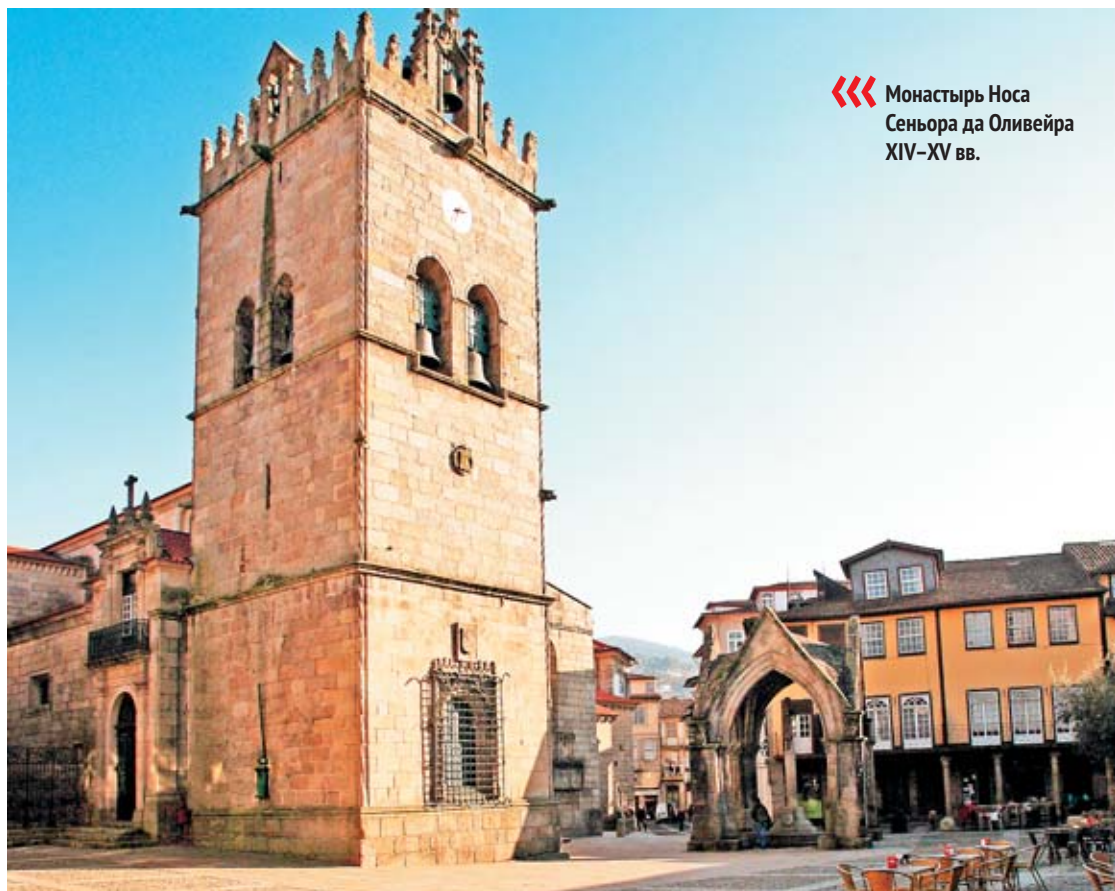
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:
<http://www.hungaroring.hu>
<http://tourinform.hu/english>

ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ
1000 ДОРОГ
II-1061 Budapest, Jókai tér 9. Tel: +36 1 374 30 20
e-mail: info@1000dorog.ru

- Отдых, лечение, реабилитация на термальных курортах Венгрии и других стран Хевиз, Бюк, Шарвар, Хайдусобосло, Карловы Вары
- Большой выбор экскурсионных программ Будапешт, Эгер, Дебрецен, Печ, Вена, Зальцбург, Грац
- Летний отдых на озёрах Венгрии и курортах Средиземного моря озеро Веленце, озеро Тиса, озеро Балатон, Хорватия, Словения, Италия, Франция, Черногория
- Отдых в замках-отелях. Рыбалка и охота. Пакетные программы, VIP - обслуживание, MICE, индивидуальные экскурсии, событийный туризм, помощь в оформлении виз

Наши представительства:
Москва: 127051, 1-й Колобовский пер. 25 стр. 1 Tel: +7 (495) 411 69 34
Екатеринбург: проспект Ленина, д. 48, оф. 173 Tel: +7 (343) 358 98 13
Новосибирск: ул. Гоголя, д. 3 Tel: +7 (383) 201 00 03
Киев: 03150, ул. Горького 48 а, оф. 9, Tel: +38 (044) 498 2508
На курорте Хевиз: H-8380, Hévíz, Széchenyi utca 15, Tel: +36 (83) 540 097

www.1000dorog.ru



»» Монастырь Носа Сеньора да Оливейра XIV–XV вв.



»» Капелла Крестного пути Иисуса Христа XVIII в.



»» Королевский дворец XV в.



ТИТУЛ И СТАТУС

»» Наряду с Гимарайншем звание Культурной столицы Европы 2012 года получил словенский Марибор. Марибор – второй по величине город Словении. Он раскинулся по обоим берегам реки Драва в 104 километрах от Любляны и 16 километрах от границы с Австрией. Город насчитывает более 110 тысяч жителей и является важным промышленным, экономическим и культурным центром страны.

Главные туристические достопримечательности Марибора – готический собор XII века, здание муниципалитета, построенного в стиле эпохи Возрождения, и Мариборский замок XV века. В окрестностях города сохранились старейшие в Европе виноградники «Стара трата», насчитывающие более 400 лет. Зимой поклонников горнолыжного спорта привлекают в Марибор международные трассы слалома на горе Похорье. В 2000 году Марибор получил статус Альпийского города.

Новая португальская столица



Каждого путешественника, вступающего на землю Гимарайнша, встречает надпись *Aqui nasceu Portugal* – «Здесь родилась Португалия»

ТЕКСТ И ФОТО БОРИС ПАЛУСОВ

Небольшой португальский город Гимарайнш с населением 52 тысячи человек расположен в пятидесяти километрах к северо-востоку от Порту, родины всемирно известного португальского вина. Считается колыбелью Португалии, потому что именно этот город объявил первой столицей Афонсо Энрикеш в 1139 году. Молва гласит, что и сам первый король Португалии родился в одной из башен замка Сан-Мигель, расположенного на Святом холме, одном из самых высоких холмов Гимарайнша. Замок-крепость построили еще в X веке для защиты от постоянных нашествий викингов, прибывавших по морю с севера Европы, и мусульман, совершавших набеги с южных и восточных территорий. Крепость выдержала немало сражений, защищая независимость Португалии, но с появлени-

ем новых видов артиллерии в XV веке она, как и многие другие, стала терять свое фортификационное значение. Со временем многие сооружения и строения в городе также перестали играть свои первоначальные роли. Но благодаря стараниям властей и горожан они сохранились как важные элементы культурно-исторического наследия Португалии. Рядом с крепостью Сан-Мигель располагается средневековый королевский дворец, который отличается неповторимым архитектурным стилем. Он был построен в XV столетии и долгое время оставался главной резиденцией правителя страны. После свержения монархии в Португалии дворец был заброшен его наследниками. Но в первой половине прошлого века его восстановили, он стал резиденцией президента страны. Дво-

рец используется по своему прямому назначению и сейчас. В его роскошных залах проходят важные политические мероприятия и торжественные церемонии. Для туристов проводятся экскурсии по дворцу. Особый интерес посетителей вызывает огромный банкетный зал с обширной коллекцией мебели, живописи, ковров и фарфора XVII–XVIII веков. Буквально в трех минутах ходьбы от королевского дворца находятся прекрасно сохранившиеся исторические здания – архитектурные памятники XVI–XVIII веков. Это бывший женский монастырь Санта Клара, в котором сейчас размещается муниципалитет, монастырь Святого Антония с капеллой Крестного пути Иисуса Христа. Недалеко от крепости Сан-Мигель берет начало вымощенная булыжником средневековая улица Святой Марии. Она ведет к центру старой части города, привлекающей туристов своими архитектурными памятниками и музейными собраниями. Среди них, например, монастырь Санта Мариа, построенный в стиле барокко в XVI веке. На площади Ларго да Оливейра, где заканчивается улица Святой Марии, находится здание бывшего монастыря Носа Сеньора да Оливейра XIV века. Сегодня в нем экспонируется коллекция церковных реликвий и исторических артефактов. Самые

ми ценными в этом собрании являются доспехи короля Жуана Первого, в которых он сражался в битве при Алжубаротте в 1385 году, и серебряный алтарь XIV века, по легенде захваченный у отступавших испанцев. Заслуживает внимания находящийся на этой площади Староместская ратуша – красивое элегантное здание, которое сохранилось со времен средневековья в первозданном виде, и созданный в готическом стиле мемориальный памятник героям битвы под Саладо (XIV век). Средневековый город с его узкими улицами и старинными домами приютился на склонах Святого холма. Вокруг него – этого своеобразного культурно-исторического центра – живет и развивается современный город с жилыми домами и офисными зданиями. Сегодня богатая архитектурная типология Гимарайнша представляет собой хорошо сохранившийся образец эволюции средневекового поселения в современный город и отражает специфику развития португальской архитектуры в период с XV по XIX век, когда использовались традиционные строительные материалы и технические методы. В 2001 году исторический центр Гимарайнша был внесен в список Всемирного культурного наследия человечества ЮНЕСКО.

ТБ

«Наше дело – Италия»

Московская компания «Тур Парад» является одним из признанных лидеров на итальянском направлении. О том, что интересного оператор приготовил к весенне-летнему сезону, рассказывает генеральный директор компании **ЕКАТЕРИНА ФЕДОРОВА**.

Екатерина, на что ваша компания будет делать акцент в грядущем весенне-летнем сезоне? Уже более 12 лет мы занимаемся единственным направлением – Италией. Делаем это с душой, с удовольствием, качественно. Совершенствуем сервис и оттачиваем мастерство. И это позволяет с гордостью сказать: Италия – наше дело. Именно поэтому у многих агентств и клиентов за столь долгий срок выстраивается ассоциативный ряд: говорят Италия – подразумевают «Тур Парад». Мы делаем туры по всей стране. Но особая ставка и наш конек – регионы Италии, куда мы ставим свои чартерные рейсы. Это север и юг Сардинии, Тоскана. Помимо этого, у нас есть круглогодичные еженедельные блоки на рейсах авиакомпании Alitalia в Милан, Рим, Флоренцию.

А как будут выполняться ваши чартерные программы? В Кальяри, на юг Сардинии, из Москвы мы будем выполнять еженедельные рейсы по субботам. Они стартуют 26 мая и будут выполняться по 6 октября. Полеты на север Сардинии, в Ольбию, начнутся 9 июня и закончатся 22 сентября. Они также будут выполняться по субботам. Что касается Тосканы, то сюда, в Пизу, мы будем летать в период 07 апреля по 22 сентября. Самолеты в компоновке бизнес и эконом классы.

Какие новинки предложите рынку в этом году? Благодаря конкурентоспособным ценам наш продукт является доступным для основной массы путешественников. Программы разнообразны, так что каждый клиент выберет что-то свое. Так, есть ряд отелей, которые мы рекомендуем для отдыха с детьми. Они отличаются особым набором услуг, в итоге довольными остаются не только маленькие путешественники, но и их родители. Мы выделяем также молодежный отдых, романтический отдых для пар, релакс и оздоровление. В экскурсионном сегменте мы предлагаем индивидуальные и групповые программы, экскурсии на юге и севере Сардинии, по регионам Тосканы и Венето, туры выходного дня, шоп-туры, отдых на яхтах. Новинка сезона 2012 –

«Flash-Акции», скидки по которым могут составлять до 30–50% от базовых цен. И это не демпинг, а ограниченное предложение отелей и авиакомпаний. Подобные акции всегда строго ограничены по срокам периода продаж и квоте мест. Видя подобную выгоду, и агентство удержит клиента, и клиент останется доволен. Беспрецедентная акция летнего сезона – гарантия лучшей цены на все комитментные отели Сардинии и Тосканы.

Какова ваша отельная политика в этом сезоне? Есть ли у вас эксклюзивные контракты и уникальные предложения? Мы стараемся не распылять туристические потоки, то есть целенаправленно направлять основную массу туристов в определенные отельные структуры. Эти объекты размещения отобраны нами по самым жестким критериям. Они идеально отвечают потребностям российского менталитета, известны на нашем рынке и, как говорится, проверены временем. Мы можем продать любой сервис, но есть структуры, где мы имеем гарантированно самые выгодные позиции, которые обычно и ставим в приоритет: Forte Village, Pullman Timi Ama, Tanka Village, Is Morus, Villa Ariston, GH Forte dei Marmi и многие другие отели.

Произойдут ли какие-то изменения в работе с агентствами? Из года в год мы расширяем нашу агентскую базу и предлагаем самые выгодные и удобные форматы сотрудничества. Существует бонусная программа, позволяющая не только увеличить размер комиссионного вознаграждения, но также пополнить свою копилку баллами, которые переводятся на эквивалент условных единиц. В дальнейшем агентство может воспользоваться баллами при оплате каких-либо услуг в рамках нашей компании. Уже сейчас опубликованы даты проведения рекламных туров, запланированных на весну: на юг и север Сардинии, в Тоскану. Несколько сезонов подряд мы разделяем рекламные туры на обычный состав и директорский. Чтобы агентства начали продавать наши направления уверенно, мы регулярно прово-



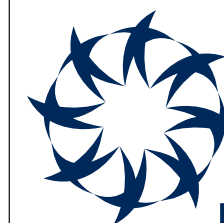
дим мастер-классы. Их также можно прослушать в рамках региональных мероприятий, участником которых мы являемся из года в год: 30.03 – Иркутск, 02.04 – Красноярск, 04.004 – Новосибирск, 05.04 – Омск, 02.04 – Уфа, 03.04 – Самара, 04.04 – Казань, 05.04 – Киров, 06.04 – Н.Новгород, 23.04 – Баку и др. Как правило, это презентации, которые мы устраиваем в регионах самостоятельно либо принимаем участие в workshop. График опубликован на сайте в разделе «Агентствам». Приглашаем новые агентства к участию. Наше ноу-хау – поощрение агентов и успешных специалистов: ежегодно представители десяти лидирующих агентств получают возможность бесплатного недельного отдыха со своей семьей в наших лучших отелях (включая авиабилеты, трансферы, проживание, питание).

Насколько удобна работа с вашим сайтом для агентств? У нас две системы онлайн-бронирования: бронирование суточных цен более чем в 80 тысячах отелей по всему миру и бронирование пакетных туров в Италию. Это позволяет формировать групповые и индивидуальные туры

В чем еще вы видите сильные стороны вашей компании? Почему агентствам интересно сотрудничать именно с вами? К нашим достоинствам относится в первую очередь надежность. Мы работаем с 1999 года. Во-вторых, соб-

ственный офис в Италии с русскоговорящими представителями гарантирует безопасность туристов. И, наконец, ценовые преимущества, полученные благодаря нашему ресурсу перевозки. Собственные офисы: два основных офиса – в Москве и в Кальяри, два представительства – в Тоскане и Венето. Численность персонала – более 60 человек: квалифицированные менеджеры, гиды, переводчики, представители в отелях. К плюсам относится и принимающая сторона. Brillandia – собственная принимающая компания, которая гарантирует высокий уровень обслуживания туристов, присутствие русскоговорящих представителей в отелях, и что самое главное – лучшие цены!

Примете ли вы участие в выставке МИТТ-2012? Компания «Тур Парад» уже в двенадцатый раз примет участие в международной туристической выставке МИТТ – главной туристической выставке страны, которая пройдет 21–24 марта 2012 года в «Экспоцентре» на Красной Пресне. Приглашаем турагентства посетить наш стенд. Вы сможете не только получить подборку с новейшими каталогами компании «Тур Парад» по направлению Италия, но и принять участие в розыгрыше призов и подарков.



ТУРПАРАД

+7 (495) 280-09-88
www.tourparade.ru

ИТАЛЬЯНСКИЕ БЕСТСЕЛЛЕРЫ «ТУР ПАРАДА»



Города Италии



Тоскана



Сардиния

Лечит людей вода



«« Малоизвестное полотно Ван Гога 1870 года из Института искусств в Чикаго

пользуются популярностью радоновые курорты. Например, Бад-Кройцнах имеет ртутную шахту, в которой проводится ряд процедур для лечения дыхательных путей, ревматизма и кожных болезней.

Есть курорты, специализирующиеся на лечении заболеваний желудочно-кишечного тракта, печени и желчного пузыря, например, Бад-Киссинген. Курорт Бад-Райхенхаль принимает на лечение взрослых и детей с заболеваниями дыхательных путей.

ФРАНЦУЗСКИЙ ШИК

Французские оздоровительные курорты считаются одними из наиболее дорогих и элитных в Европе. На приморском курорте Биарриц людей лечат с помощью талассотерапии – это комплекс спа-процедур, базирующийся на применении в лечебных целях морской воды, водорослей и морской грязи.

В центре Франции, в нескольких часах езды от Парижа, расположен курорт – Виши, минеральные источники которого оказывают оздоровительное действие на организм. Страдающим артрозом и артритом, венозными, эндокринологическими и гинекологическими заболеваниями можно рекомендовать отдохнуть во французском Даксе. Кстати, этот курорт является главным производителем и поставщиком лечебных грязей в Европе.

ШВЕЙЦАРСКИЙ ПОДХОД

Главная особенность отдыха в Швейцарии – возможность совмещать активный отдых с лечением. Самыми востребованными у россиян считаются швейцарские курорты Бад-Рагац, Лейкербад, Ивердон-Ле-Бен, Бад-Цурцах, Скуоль, Овронна.

«Тройка лидеров» – это Лейкербад, который находится у подножья горных вершин на юге Швейцарии, поэтому зимой здесь катаются на горных лыжах; ориентированный на VIP-клиентов Бад-Рагац и удобно расположенный Ивердон-Ле-Бен.



Директор российского представительства компании Lakeside Marketing **Татьяна ПИЛИПЕНКО**

Главный плюс швейцарских термальных курортов – возможность получить весь комплекс процедур и услуг, не выходя из отеля. Последнее время наибольшей популярностью пользуется Бад-Рагац. На курорте работает термальный комплекс, соединенный с пятизвездным отелем. Он имеет свою медицинскую базу и спа-центр. В Лейкербаде есть отели на любой вкус и кошелек, а также самый большой в Европе термальный комплекс Burgerbad и новый оздоровительный комплекс Lindner Alpentherme, соединенный с отелем переходом. В Ивердоне-Ле-Бене термальный центр также соединен с отелем. Кроме того, на курорте есть центр лечения проблем спины и заболеваний опорно-двигательного аппарата. Однако постепенно интерес к Ивердону-Ле-Бену угасает. Я думаю, здесь большую роль играет реклама, в которую вкладывает или не вкладывает средства руководство отелей.



Заместитель директора московского офиса компании Open Up Swiss Travel Company **Сергей РАСКАЗОВ**

Термальные курорты Швейцарии отличаются от других курортов Альп высоким уровнем сервиса. Отели и курорты каждый год вкладывают значительные средства в реновацию и реализацию новых проектов. Это подразумевает более высокие цены на проживание в отелях и спа-программы. Спрос на швейцарские термальные курорты в течение года остается стабильным, на некоторых курортах практически отсутствуют высокие и низкие сезоны. Единственное заметное исключение – термальные курорты, расположенные в горах, такие как Лейкербад и Скуоль, в которых пик спроса традиционно приходится на вторую половину лета, Новый год и Рождество. За исключением новогодних дат, когда туристы стараются бронировать свой отдых заранее, швейцарские термальные курорты зачастую бронируются незадолго до начала поездки, обычно за месяц или даже меньше. Сейчас большинство бронирований идет на март, апрель и июль-август.

Медицинский туризм – динамично развивающийся сегмент международной туриндустрии. По оценке экспертов Всемирной ассоциации здравоохранения, его ежегодный оборот составляет 600 млрд долларов. Страны Европы традиционно занимают лидирующие позиции на этом перспективном рынке.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА, СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

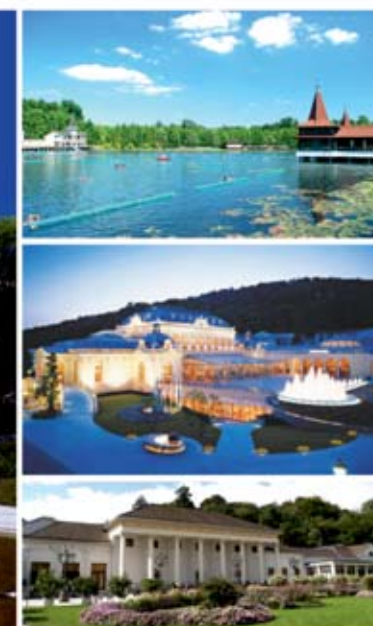
РОДИНА ВОДОЛечения

Германия – одно из востребованных направлений лечебно-оздоровительного туризма. В стране работают многочисленные термальные и бальнеологические курорты. Пожалуй, самый знаменитый из них – Баден-Баден – первый европейский курорт на водах. В городе много спа-центров и медицинских клиник, где лечат заболевания опорно-двигательного аппарата, нервной и сердечно-сосудистой систем, а также последствия травм.



Ведущий специалист по Германии компании «ДВМ-Тур» **Ольга ВАРОВА**

В Германии много термальных курортов, но, к сожалению, они не слишком хорошо известны российским туристам, поэтому одна из главных наших задач – открывать и развивать новые направления. Помимо самого прославленного немецкого курорта Баден-Баден,



Чехия
Карловы Вары
Марианские Лазне
Лугачовице

Венгрия
Хевиз
Тапольца
Шарвар

Германия
Баден-Баден
Бад Брамбах,
Бад Киссинген

Словакия
Пьештяны
Смрдаки
Турчианские Теплице

Австрия
Баден
Бад Блюмау
Бад Лойперсдорф

термальные курорты Европы туры от 7 ночей

Дарим Вам Море!

ДВМ-ТУР
ваш туроператор
www.dvm-tour.ru

М. "Новые Черемушки", ул. Профсоюзная 56, (495)22-111-90, (495) 956-70-90

ЧЕХИЯ – СНАРУЖИ И ВНУТРИ

Чехия располагает курортами различной специализации. Профиль знаменитого курорта Карлови-Вари – лечение заболеваний желудочно-кишечного тракта. В романтических интерьерах города, среди чудесных парков и красивых особняков расположены 12 минеральных источников.

Другой известный курорт – Марианске-Лазне – подходит тем, кто страдает болезнями почек и мочевыводящих путей. Яхимов – городок, расположенный недалеко от Карлови-Вари, – первый в Чехии радоновый курорт, где лечат людей с проблемами опорно-двигательного аппарата.

Подебради и Франтишкови-Лазне имеют другую направленность – туда едут люди с сердечно-сосудистыми заболеваниями, а Лугачовице рекомендуется страдающим заболеваниями верхних дыхательных путей, и, что немаловажно, там принимают на лечение детей.



Ведущий специалист по Чехии компании «ДВМ-Тур» **Юлия ТАРАСОВА**

Главной особенностью чешских курортов является наличие минеральных источников, однако привычных термальных бассейнов там нет, целебную воду используют для питья и лечебных ванн. Элитными здравницами считаются Карлови-Вари и Марианске-

ОТДЫХ НА ТЕРМАЛЬНЫХ КУОРТАХ

ЛЕЙКЕРБАД · БАД РАГАЦ · ИВЕРДОН · БАД ЦУРЦАХ · СНУОЛЬ

С КОМПАНИЕЙ OPEN UP

Open up
SWISS TRAVEL COMPANY
OPEN UP

+7 (495) 781 34 30
+41 (31) 994 15 65
www.openup.ru

Лазне, однако у каждого курорта свой профиль, поэтому к выбору места лечения нужно подходить, опираясь на предписания врачей. Хорошие четырехзвездные отели есть в любом городе.

Высокий сезон для чешских курортов – это весна (март, апрель, начало мая) и осень. Спрос заметно увеличивается в ноябре – в это время туры продаются по сниженным ценам. Лето не так популярно из-за изобилия других направлений.

В этом году вырос спрос на чешские курорты, можно отметить хорошую глубину продаж: туры стали бронировать сразу после новогодних праздников, сейчас есть заявки на лето и начало осени.

ВЕНГРИЯ – КРУГОМ ВОДА

Термальные курорты – это визитная карточка Венгрии, а Будапешт – бальнеологическая столица мира.

На территории Будапешта расположено более 30 целебных источников, воды которых используют как для купания, так и для питья. В городе 27 купален, каждая имеет свою историю. Например, купальня Рудаш была заложена еще в середине XVI века и до сих пор принимает посетителей.

В Венгрии работают необычные здравницы: знаменитое вулканическое озеро Хевиз и расположенная в пещерах купальня Миш-кольц-Тапольца.



Ведущий специалист по Венгрии и Словакии компании «ДВМ-Тур» **Валерия КИМ**

Наиболее востребованным на российском рынке является Хевиз – единственный в мире курорт с геотермальным озером. В нем можно купаться, а из недр озера добывается лечебная грязь. На курорте Хевиз лечат заболевания опорно-двигательного аппарата, кожные и гинекологические.

Однако Хевиз противопоказан тем, кто страдает гипертонией или сердечной недостаточностью. Пациентов с послеинсульт-

LAKESIDE MARKETING s.r.l.

15 rue de Capelle
Case postale 1212
CH-1211 GENEVE 1, Suisse
Tel: 022/718 31 62 Fax: 022/718 31 60

ШВЕЙЦАРИЯ
БАД-РАГАЦ, ИВЕРДОН, ЛЕЙКЕРБАД
и другие термальные курорты

Подробнее на www.lakeside.ru

а также:
- 100 отелей со СПА-центрами
- 700 отелей во всех регионах страны
- пешеходные и велосипедные маршруты
- разработка индивидуальных программ
- визовая поддержка, экскурсии, трансферы
- детские и юношеские лагеря
- семинары, конференции и выставки

приглашаем к сотрудничеству российских туроператоров

е-mail: lakeside@post.net
Пройс-листы, каталоги и проспекты в Московском представительстве
Тел. (495)319 81 61, (495)319 81 62, факс (495)319 81 63

ШВЕЙЦАРСКАЯ ТУРОПЕРАТОРСКАЯ КОМПАНИЯ

Держать руку на пульсе

В последние годы забота о здоровье становится постоянным трендом в российском обществе. Помимо фитнес-клубов, магазинов здорового питания и оздоровительных центров, неизменной составляющей здорового образа жизни становятся лечебно-оздоровительные туры. О том, почему спрос на такие поездки среди россиян неуклонно растет, в интервью «ТБ» рассказала президент холдинга «Веди Тур Групп» **ИРИНА ФЕДИНА**.



БЕСЕДОВАЛА АННА ЮРЬЕВА

10 февраля 2012 года «Веди Тур Групп» исполнилось 10 лет. Какие достижения компании за эти годы вы бы отметили особо? За годы работы компания сильно изменилась. «Веди Тур Групп» – это уже давно не только Чехия. За 10 лет мы добавили к своему портфолио Австрию, Венгрию, Германию, Францию, Италию, Португалию, Мальту, Словению, Словакию, Прибалтику, Израиль, Индонезию, Малайзию, Шри Ланку и другие направления. Кроме того, мы существенно расширили сеть офисов и представительство «Веди Тур Групп» как в России, так и за рубежом. Открыли собственные принимающие компании в Чехии, Австрии и Словакии. В России «Веди Тур Групп» имеет представительства в Самаре, Санкт-Петербурге, Перми, Уфе, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Екатеринбурге и Казани.

«Веди Тур Групп» уже много лет известна на рынке как один из сильнейших туроператоров по лечебно-оздоровительному туризму. Как изменился за эти 10 лет спрос россиян на путешествия за здоровьем? Конечно, 10 лет назад спрос на поездки такого рода был в разы меньше. Сейчас все больше наших соотечественников чувствует потребность в таких путешествиях, и это неудивительно. Экологическая ситуация в больших городах страны неблагоприятна, жители таких городов испытывают постоянный стресс. Поездка на один из лечебных курортов хотя бы раз в год – хорошая возможность сгладить влияние этих факторов на здоровье.

Действительно, ощущают такую потребность многие, но многие ли могут себе это позволить? До недавнего времени подобные поездки были представлены лишь в верхнем ценовом сегменте туров. Нельзя сказать, что все лечебные курорты стали в одночасье общедоступны. Однако страны Восточной Европы и Балтии, например, имеют вековые традиции в оказании медицинских услуг. Стоимость оздоровительных программ здесь значительно ниже, чем в странах Западной Европы – Швейцарии, Германии и Франции, при этом не в ущерб качеству. Этот регион имеет и другие преимущества для россиян, такие, как привычный климат и комфортная языковая среда. На большинстве курортов Словакии, Литвы, Латвии и Чехии нет недостатка в русскоговорящем персонале. В качестве примера могу привести трехдневную программу диагностики всего организма (check up). В клиниках Германии это обойдется примерно в 2000 евро, а в Риге или Вильнюсе аналогичная программа обойдется в 1000 евро, включая проживание и трансферы.

И все же Чехия занимает центральное место в ассортименте предложений компании. Какие преимущества имеет «Веди Тур Групп» на данном направлении? В Чехии у нас собственная принимающая компания с офисами в Праге и Карловых Варах с опытными русскоговорящими сервис-менеджерами и лицензионными гидами. Вот уже многие годы мы на постоянной основе сотрудничаем с Czech Airlines (CSA), даже заняли в 2011 году первое место сре-

ди всех туроператоров России по объему авиаперевозок рейсами CSA. «Веди Тур Групп» предлагает широкий спектр программ из Москвы, Санкт-Петербурга, Самары, Уфы, Ростова-на-Дону и Екатеринбурга на базе прямых перелетов на CSA в Прагу, а из Москвы, Санкт-Петербурга, Самары, Екатеринбурга – в Карловы Вары. Восемь представительств на территории России, конечно, позволяют значительно упростить и удешевить работу агентствам. В первую очередь это касается документооборота, пересылки документов и консультаций с менеджерами. Это также дает нам возможность оперативно реагировать на все возникающие вопросы. В Праге мы недавно купили и реконструировали собственный отель в историческом центре города. В Чехии, да и в Австрии, у нас есть собственный транспорт, а во всех ключевых отелях страны у «Веди Тур Групп» размещены высокие депозиты. Чехия – это без преувеличения самое популярное направление лечебного туризма. Это приемлемые цены, мягкий климат, географическая, языковая и ментальная близость. Но, конечно же, это все второстепенно по сравнению с основной причиной, заставляющей многих туристов приезжать сюда не по одному разу в год. Это минеральные воды, эффект от воздействия которых ощущают на себе все без исключения. В оздоровительных турах главное то, что это вещь сугубо индивидуальная. Поэтому одним из наших основных преимуществ является колоссальный опыт и квалификация наших менеджеров, которые могут быстро и грамотно подобрать необходимый тур.

Помимо чешских здравниц, какие еще курорты можно порекомендовать как направления лечебного туризма? Набирают популярность курорты соседней Словакии ввиду перезапуска прямого перелета до Братиславы. Но все же на второе место после Чехии среди стран Восточной Европы я бы поставила Словению. Эта страна совсем небольшая, однако на ее территории расположены уникальные источники. Наиболее известен курорт Рогашка-Слатина, где находится знаменитый источник воды Донат Магний. Традиционным оздоровительным курортом в представлении россиян всегда был и остается Израиль. Разумеется, здесь также нет проблем с русскоговорящими специалистами, кроме того, как мы знаем, туристам из России не требуется визы для въезда в эту страну. Все эти направления представлены в нашей продуктовой цепочке в полном объеме. Мы постоянно держим руку на пульсе и следим за новинками рынка, поскольку уверены в том, что он будет только расти: все больше людей убеждается в том, что здоровье – это уникальное, невозстановимое богатство.

Туристический холдинг «Веди Тур Групп»
Чистопрудный бульвар, д. 11, стр. 1
Тел. в Москве: (495) 725 43 65
Тел. в Санкт-Петербурге: (812) 677-91-65
Бесплатный звонок по России: 8 800 700 43 65
www.veditour.ru



ным состоянием принимает курорт Хайдусобосло, воды которого богаты йодом и бромом.

Еще один венгерский курорт – Тапольца – с карстовыми пещерами – специализируется исключительно на лечении верхних дыхательных путей. На молодом курорте Харкань помогают людям с дерматологическими и гинекологическими заболеваниями.

СЛОВАКИЯ: ДВА В ОДНОМ

Соседняя Словакия может конкурировать с Венгрией по количеству термальных источников.

Самый посещаемый курорт Словакии – Пьештяни – этот тихий, уютный в зелени город известен уникальными серными грязями. Сочетать лечение и посещение горнолыжных склонов можно на словацком курорте Раецке-Теплице.

Туристов привлекает в Словакии цена: отдохнуть на словацком курорте можно значительно дешевле, чем в других европейских странах.



Ведущий специалист по Венгрии и Словакии компании «ДВМ-Тур» Валерия КИМ

Курорты Словакии включают термальные источники и источники минеральных вод, это объясняется местоположением страны между Чехией и Венгрией.

Лечат в Словакии заболевания практически всех систем жизнедеятельности человеческого организма, а также туберкулез и онкологические заболевания.

К сожалению, пока словацкие термальные курорты не так широко известны в России, как того заслуживают.

Тб

Комментарий



НАТАЛЬЯ КУЛИГИНА

Директор по продажам и маркетингу компании Interhome

Наталья, какие термальные курорты Европы, по вашему мнению, наиболее популярны у россиян и с чем это связано?

Лидером уже давно стал старинный швейцарский курорт с целебными источниками, известными еще римским легионерам, – Лейкербад. Сейчас этот городок знаменит и как горнолыжный центр. Здесь, на мой взгляд, работают лучшие термальные центры. Приятно, что их можно выбрать в соответствии со своими пристрастиями: спокойный, элегантный отдых и лечение в Альпентерме или многообразии развлечений и веселая суета Бургерланда, завоевавшего популярность у семей с детьми. Зимой в Лейкербаде для посещения этих центров мы предлагаем специальные абонементы – Spa & Snow Pass. Да и летом можно заранее купить абонемент для посещения терм. И апартаменты на этом курорте у нас просто отличные – уровня 3–5 звезд.

Вы можете отметить какие-то интересные тенденции нынешнего года?

За последний год у россиян вырос интерес к курортам Восточной Европы. В 2011 году активизировался спрос на уникальное озеро Хевиз, где наша компания предлагает комфортабельные апартаменты недалеко от лечебных купален. В начале сезона действуют специальные весенние скидки на апартаменты на термальных курортах (в том числе на Хевизе). Чешские водные курорты уже давно стали русскоговорящими. Это традиционные Карлови-Вари, Марианске-Лазне, а также многие другие, не столь известные на россий-

ском рынке городки-курорты. Растущий интерес к австрийским бальнеокурортам – явление сравнительно новое. Я считаю это заслугой нашего австрийского офиса, который очень тщательно подходит к подбору каждой квартиры и каждого шале, предлагает различные виды сервиса на курорте, в том числе лечение. Благодаря этому, например, Каринтия продается у нас и зимой, и летом. Когда туристы живут не в отеле, а в съемном жилье, график посещения лечебных процедур не привязан к питанию в гостинице, а определяется самими клиентами, что, конечно, намного удобнее.

На какие термальные курорты делает акцент в этом сезоне ваша компания?

В этом году мы открыли проект «Россия», так как начинаем продавать дома и апартаменты-квартиры для отдыха, расположенные в нашей стране. Это непросто, ведь швейцарские стандарты очень плохо увязываются с русским менталитетом и отсутствием привычки к порядку. Но мы уже включили регион Кавминвод в сферу нашего влияния. Теперь через нашу компанию в прямом онлайн-клиенты турфирм смогут забронировать Кисловодск и Пятигорск. Не могу сказать, что я слишком оптимистична в отношении этого года, но что касается курортов для оздоровления и лечения, то здесь у меня прогноз положительный. Мы рассчитываем на прирост турпотока в 10–15%. Хотя, возможно, мы столкнемся с тенденцией к бронированию не самых дорогих домов и квартир, в том числе и на курортах Кавминвод.

«НТК Интурист» расширяет продуктовую линейку

О планах «НТК Интурист» на весенне-летний сезон рассказывает руководитель коммерческого отдела компании ЮРИЙ СОБОЛЕВ



БЕСЕДОВАЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Что ждать рынку от компании «НТК Интурист» в новом сезоне?

В ходе подготовки к весенне-летнему сезону основной акцент был сделан на качественное развитие нашего турпродукта. По некоторым направлениям клиенты «Интуриста» уже смогут воспользоваться продуктовой линейкой компании Thomas Cook. При непосредственном участии европейского партнера этим летом мы выпустим на рынок уникальные продуктовые и ценовые предложения сразу по нескольким популярным направлениям. Кроме того, в этом году мы выходим на рынок Черногории. Это расширит географию нашей деятельности в регионе Средиземноморья. Направление становится все более притягательным для российских туристов, и мы планируем предложить интересный и конкурентоспособный турпродукт.

На какие направления вы советуете обратить внимание агентствам?

Хочу обратить внимание на Болгарию, Тунис, Турцию, Италию и Хорватию. Здесь «Интурист» получил значительные преференции от партнеров. За счет этого уже сейчас у нас есть хорошие цены и расширенная отельная база, которой, кстати, также пользуются клиенты Thomas Cook из разных стран Европы. По Турции, например, мы не только увеличили количество гостиниц на гарантии, но и предложили более выгодную перевозку рейсами нескольких авиакомпаний. Полетная программа охватит известные курорты: Анталья, Мармарис и Бодрум. Мы увеличили частоту вылетов в Римини до четырех раз в неделю, включая дополнительный рейс по воскресеньям. Летом продолжим работу в Египте и Таиланде. В Чехии будем делать экскурсионные туры и предлагать отдых в Карловых Варах. Из Санкт-Петербурга в дополнение к вышеназванным странам можно также отправиться в Грецию и на Мальту.

Какова ваша политика в отношении гостиниц? Будут ли эксклюзивные контракты?

Как я уже и говорил, мы значительно прирастем отельной базой. Причем практически по всем нашим направлениям. В Турции это, например, Poseidon Beach Club, Sentido Zeynep Golf&Spa Hotel 5*, Sentido Zeynep Resort Hotel 5*. Благодаря партнерам мы заключили выгодные контракты на гарантированное размещение в хороших гостиницах Римини. Рекомендую турагентам обратить внимание на такие отели, как Rex, Donau, Bamby. Отдельно хочу отметить Continental 4* – уютную гостиницу с достойными номерами и собственным бассейном, отель находится на первой линии. Для молодежи порекомендую Half Moon, а взыскательным клиентам подойдет шикарный отель-вилла, который так и называется De La Ville. В Хорватии мы расширили ассортимент отелей уровня 2–3* (Delfin, Plavi, Brioni) и апартаментов (например, Petalon), которые в высокий сезон, как правило, бывают в дефиците. Вообще благодаря акции «раннее брониро-

вание» мы имеем очень выгодные цены перед началом полетной программы. Так, уже активно бронируются отели со скидкой до 20% в Болгарии.

Как будет выполняться авиаперевозка на основных направлениях?

На летний сезон «НТК Интурист» увеличивает количество партнеров-авиакомпаний, чтобы у клиентов была возможность выбирать варианты перелета, в зависимости от потребностей: аэропорт вылета из Москвы, утренний или дневной слоты, более экономичный перелет. К рейсам нашего основного партнера – «Трансаэро» – добавляются рейсы Nord Avia, «ВИМ-авиа», I Fly, «Московия», Czech Airlines и других авиакомпаний.

Произойдут ли какие-то изменения в сфере сотрудничества с агентствами?

Компания «НТК Интурист» уделяет большое внимание сотрудничеству с агентствами. Мы регулярно организуем бесплатные презентации, мастер-классы, в том числе в регионах, разрабатываем бонусные программы для менеджеров, приглашаем в ознакомительные туры, проводим круглые столы. Последняя встреча руководства совместного предприятия «Интурист – Thomas Cook» с агентствами, которая состоялась в конце февраля, показала значимость таких мероприятий, на которых есть возможность услышать мнения по текущим вопросам большинства игроков рынка. Планируется, что встречи в таком формате будут проводиться регулярно. Кроме того, агентства ждут более удобные условия работы. В частности, переход на единую IT-платформу всех наших офисов: в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге. Для московских агентств изменится система подбора и бронирования туров – она станет более прогрессивной в навигации, позволит ускорить процесс работы с заявками. Что касается региональной политики, то на данный момент решено направить усилия в регионы, в которых «НТК Интурист» имеет сильные или лидирующие позиции.

С чем придете на московскую весеннюю выставку?

Я приглашаю всех партнеров, коллег и друзей посетить наш стенд на ежегодной московской выставке МИТТ. Надеюсь, что она окажется удачной и продуктивной, как для нас, так и для наших партнеров – настоящих и будущих. Для агентств мы подготовили каталоги по основным летним направлениям: Турция, Тунис, Испания, Португалия, Италия, Болгария, Хорватия и Черногория. Не обойдется и без специальных подарков от туроператора. Следите за программой и приходите на наш стенд.

Тел.: (495) 933 55 77
www.ntk-intourist.ru



Intourist



Молочное озеро, шоколадные берега

ТЕКСТ АЛЕКСАНДРА ХМЕЛЕВА

Женева иногда называют «столицей мира», поскольку здесь дислоцируются 230 крупных международных организаций. Офисы многих из них расположены на правом берегу реки Роны, которая делит Женеву на две части. Сам город сравнительно небольшой по площади, хотя и второй по величине в Швейцарии, поэтому осмотр достопримечательностей, которые в основном находятся в историческом центре (на левом берегу), много времени не занимает. Чтобы заказать традиционную экскурсию с гидом можно обратиться в Женевский офис по туризму, но многие просто берут там карту и аудиогид (они есть и на русском языке) и самостоятельно гуляют по центру. Длительность такого путешествия – около двух с половиной часов. Еще один способ знакомства с Женевой – «ленивый» – экспресс-поездка на одном из трех экскурсионных паровозиков на колесах. Первый отправляется с Rotonde du Mont-Blanc, за 35 минут пред взором пассажиров предстают парки и виллы правого берега. Второй отправляется с площади Роны и около 40 минут петляет по улочкам Старого города. Третий идет по набережной левого берега – от Английского сада, время в пути – полчаса.

ЭЛЕГАНТНЫЙ СТИЛЬ

Облик Женевы нельзя назвать пышным. Город достаточно аскетичен: в свое время религиозный реформатор Жан Кальвин запретил любые «излишества» – украшения фасадов зданий и улиц. Как правило, маршруты пешеходных и автобусных экскурсий начинаются от правого берега. По дороге – европейская штаб-квартира ООН, расположенная в комплексе зданий Дворца наций. Рядом в пар-

ке стоит скульптура Юрия Гагарина и титановая стела с ракетой на вершине – подарок Швейцарии от Советского Союза. Напротив Дворца наций в центре площади находится необычный памятник жертвам противопехотных мин – гигантский стул (этажа в два высоты) на трех ножках, четвертая, по задумке, сломана. Среди спонсоров проекта – Пол Маккартни. На левый берег Роны можно попасть через мост Монблан, откуда виден остров Жан Жака Руссо. С набережной открывается впечатляющий вид на «белоснежное»: изящные лебеди у берега, чуть дальше – многочисленные парусники, а за озером – покрытый снегом величественный Монблан. Прямо из Женевского озера на 145 метров вырывается столб воды. Это знаменитый фонтан Же д'О, пятый в мире по высоте. В 2011 году ему исполнилось 120 лет. В городском бюро можно заказать экскурсию в моторное отделение и лично запустить фонтан. Недалеко от моста в Английском саду рядом с роскошной гостиницей Swiss Hotel Geneve Metropole 5*, уже более полувека отмеряют бег времени огромные цветочные часы диаметром пять метров. Секундная стрелка (27 см) – самая большая в мире. А циферблат состоит из 6500 различных цветущих растений, меняющихся в зависимости от времени года. Лучшее всего продукция швейцарских производителей (Patek Philippe, Rolex, Frank Muller, Piaget) представлена на главной торговой улице города – Роне, которая тянется вдоль левого берега. С историей часового дела знакомит Музей Пате Филиппа, а в Музее часов собрана коллекция экспонатов XVI века. Недалеко от Старого города на улице Лефор стоит русская Крестовоздвиженская церковь, возведенная в 1869 году. Ее стены помнят немало наших соотечественников: в элегантном городе на озере подолгу жили Жуковский, Гоголь, Толстой, Чайковский, Стравинский.

Женева славится своими гастрономическими традициями. Перекусить по-швейцарски можно, например, в Cafe du Bourg-de-Four, где отлично готовят «решти» – слегка отваренную, а затем запеченную картошку, а в Cafe du Centre помимо прочего подают озерную рыбу – местный специалитет. Погостить в Женеве и не отведать на весь мир известного швейцарского шоколада и симпатичных десертов «хюгли» и «крепфли» трудно, поэтому визит в этот город обещает быть сладким во всех отношениях.

ГОРНОЛЫЖНЫЙ ТРАНЗИТ

В Женеве, удачно расположенной относительно наиболее популярных альпийских курортов страны, находится международный аэропорт, куда выполняются рейсы из России. Туристы-горнолыжники (особенно приезжающие сюда впервые) остаются в одноименной столице кантона Женева на пару дней. Из Женевы удобнее всего добираться до кантона Вале (регион Маттерхорн), горнолыжные курорты которого (Церматт, Лейкербад, Вербье, Кран-Монтана и Саас-Фе) у россиян особенно популярны. Зимой здесь отдыхают до 90% гостей из России. По данным рейтингового агентства Proalps.ru, Церматт в прошлом сезоне посетили 4,5 тысячи российских лыжников. В Лейкербаде побывали 1,4 тысячи россиян, что на 35% больше, чем в предыдущем сезоне. При этом граждане России составляют 25% общего турпотока в Лейкербад. Третьим по популярности стал Вербье, который посетили почти 800 россиян. По данным швейцарской статистики, пока наши соотечественники составляют только 3% общего турпотока в регион Маттерхорн. Насколько удачным окажется зимний сезон 2011/2012, покажет время. Основной акцент в нынешнем году швейцарский турофис делает на весенний (и в перспективе – круглогодичный) отдых в горах, позволяющий загорать на заснеженных террасах. Особая ставка в продвижении региона Маттерхорн – на местную кухню и вино.

ВОЗДУШНОЕ СООБЩЕНИЕ

Перелеты в Швейцарию выполняются регулярными рейсами авиакомпаний «Аэрофлот» и Swiss в Женеву и Цюрих. Традиционно на зимний сезон национальный швейцарский авиаперевозчик ставит дополнительные рейсы в Швейцарию из Москвы и Санкт-Петербурга. В середине декабря 2011 года открылся новый ежедневный регулярный рейс из Москвы в Женеву. До этого Swiss выполнял в столицу французской части Швейцарии всего один рейс в день (а также два ежедневных рейса в Цюрих из Москвы и один из Санкт-Петербурга). С 7 января по 24 марта 2012 года Swiss ввела третий рейс Москва – Женева, который

выполняется по субботам. Swiss работает с российским рынком больше 10 лет. За это время выполнено 11 тысяч рейсов и перевезено около 2 млн пассажиров.

УСЛУГИ SWISS

В рамках ежегодной премии World Travel Awards-2011 Swiss признана «Ведущей европейской авиакомпанией бизнес-класса». В международном аэропорту Домодедово у перевозчика есть собственный business-lounge, который открыт для пассажиров бизнес-класса и участников программы Miles&More со статусом Frequent Traveller (перед полетом на рейсе Swiss), Senator (перед полетом на рейсе авиакомпании-участницы Star Alliance), HON Circle (перед полетом на рейсе любой авиакомпании). Туристам-горнолыжникам Swiss предоставляет услугу бесплатной транспортировки одного комплекта снаряжения. Кроме того, пассажиры могут воспользоваться услугой Fly Rail Baggage (доставка авиабагажа по железной дороге), которую перевозчик оказывает совместно с SBB (Швейцарские федеральные железные дороги). Необходимо купить специальную бирку в московском офисе Swiss или непосредственно в аэропорту, зарегистрировать багаж перед вылетом и получить его уже на ближайшей к горнолыжному курорту железнодорожной станции или непосредственно в гостинице (если она предлагает доставку от станции). Стоимость услуги – 10 швейцарских франков за одно место багажа для пассажиров бизнес-класса и в 20 швейцарских франков для пассажиров экономического класса. Также Swiss предлагает услуги мобильной регистрации (с телефона с доступом в интернет) и онлайн-регистрации на сайте www.swiss.com. После мобильной регистрации пассажир получает на свой телефон посадочный талон в текстовом или электронном формате со штрих-кодом. В аэропорту Домодедово его следует приложить к устройству-считывателю, которое распечатает посадочный талон. Последний необходимо предъявить для проставления печати на таможне и контроле безопасности. **Т6**



»» Практическую привлекательность Женеве добавляют удобное расположение на пересечении основных транспортных развязок и расположенный в четырех километрах к западу международный аэропорт. Из аэропорта в центр города можно добраться на поезде (курсирует каждые 10–15 минут, стоимость билета – от 7 франков) или на такси (около 25–30 франков).



ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ

»» О Швейцарии по-русски: www.myswitzerland.ru

»» Расписание движения поездов и автобусов: www.sbb.ch

«Интерс» поднимает планку

На отечественном туррынке бытует стереотипное представление об автобусных турах как о самом дешевом сегменте туристического бизнеса с низким классом предоставляемых услуг. Специалисты компании «Интерс», начавшей свою работу в 1993 году, с этим категорически не согласны. В разговоре с корреспондентом «ТБ» директор по туризму «Интерса» **АНДРЕЙ КОЗЛОВСКИЙ** делится своим опытом и рассказывает о новом векторе развития одного из крупнейших автобусных туроператоров России.

БЕСЕДОВАЛ РОМАН МЕЛЬНИКОВ



Андрей, «Интерс» уже давно зарекомендовал себя на рынке как надежный туроператор. Как вам удается держать планку столь высоко? Конкуренция – главный стимул к развитию. В туризме это ощущается особенно сильно. Если стоять на месте, то долго в этом бизнесе не продержаться. В «Интерсе» не всегда все шло гладко, были свои проблемы. Но мы с достоинством и решительностью преодолевали трудности и старались делать нашу работу качественно. Сейчас «Интерс» входит в тройку лидеров среди автобусных операторов. Нам доверяют наши зарубежные партнеры, региональные и московские турагентства, а самое главное – наши туристы.

Иногда складывается впечатление, что «автобусников» недооценивают. Считается, что подобный способ путешествовать подходит либо самым экономным туристам, либо студентам. Но ведь это уже давно не так? Да, многие так считают. Мы думаем иначе и многое делаем для того, чтобы изменить отношение к автобусному туризму. И это нам удается. С того времени, когда «Интерс» только вышел на рынок, очень многое в нашей политике подверглось изменениям. Наш основной ориентир – это, конечно, клиент. Он становится с каждым годом все более требовательным. И мы готовы мобильно принимать решения и чутко реагировать на тенденции рынка.

Что лежит в основе этих изменений? Комплексный подход к работе. Транспорт, отели, персонал – все должно быть на уровне. Автобусные туры могут быть экономкласса или класса «люкс», но наша главная цель – предоставить высокий уровень качества организации тура и сервиса по всей линейке наших продуктов.

Из чего складывается качественный продукт? Главная гордость – это наши сотрудни-

ки. Я имею в виду офисный персонал и в первую очередь наших «турлидеров» – ведь большую часть времени туристы проводят именно с ними. Сопровождающие туров – это лицо компании, от которых во многом зависит то, понравится ли клиенту отдых или нет. Поиск и обучение сопровождающих – это огромная работа, которой мы уделяем большое внимание. Часто молодые специалисты, которые приходят к нам из центров подготовки, университетов и институтов не соответствуют нашему уровню требований даже на 50%. К сожалению, я вынужден констатировать, что сейчас на рынке нет столько профессионалов, чтобы удовлетворить потребности туроператоров в предоставлении услуг даже среднего уровня. Учитывая низкую рентабельность бизнеса, мы не можем привлечь много профессионалов за высокую зарплату. В итоге этих профессионалов мы готовим сами. Это очень сложный и трудоемкий процесс. Но мы справляемся.

Каковы главные критерии отбора? Главные критерии отбора – это высокий уровень знания английского языка и хорошие организаторские способности в управлении группой свыше 30 человек, знание географии стран Европы, способность ориентироваться на местности. Кроме того, как я уже сказал, каждый турлидер – это лицо компании. Нам важно, чтобы сопровождающие в туре позиционировали себя именно так и осознавали свою ответственность за компанию.

На каких автобусах вы осуществляете перевозку туристов? Качество транспорта – это важнейшее условие для организации хорошего автобусного тура. И мы ревностно относимся к выбору автобусов и транспортных компаний. В нашем автопарке пять собственных туристических автобусов марки Mercedes-Benz O 350. Кроме того, мы предъявляем

жесткие требования к прокатным фирмам. Стараемся работать только с проверенными игроками рынка. Перед подписанием контрактов наши специалисты лично осматривают автобусы. В нашем офисе всегда есть вся необходимая документация по машинам, которые уходят в тур. Иными словами, мы осуществляем жесткий контроль и, как правило, имеем хорошие отзывы от клиентов.

Как вы подбираете отели? При выборе отеля существуют три главных критерия – цена, качество и расположение. Перед тем как запускать серию туров, наши специалисты всегда выезжают на места осматривать гостиницы. В прошлом октябре я сам проехал по Швейцарии, Германии, Франции и ознакомился с отельной базой. Нужно сказать, что в 2011 году была полностью реформирована работа туроператорского отдела «Интерса». Благодаря этому наши туристы теперь живут в качественных отелях категорий от 2 до 4 звезд – Campanile, Ibis, Mercure, Novotel и даже Maritim с Courtyard by Marriott. Это очень хорошие гостиницы с признанным качеством услуг. Наши туристы ими довольны. А от Maritim и Courtyard by Marriott они вообще в восторге. Думаю, такое и не снилось противникам автобусного туризма, которые считают, что мы бронируем некачественные отели.

Как выбор отелей повышенного класса сказывается на цене тура? Мы приучили наших клиентов к тому, что для наших туров мы подбираем только качественные гостиницы. Даже в дорогих европейских городах, таких как Париж или Амстердам, мы добиваемся хорошего цен от наших сетевых отелей. Но качественные услуги не могут продаваться дешево. И мы вынуждены повышать цены, поскольку не можем работать себе в убыток. Ситуация с демпингом на рынке туруслуг не позволяет нам повышать цены соразмерно общей тенденции. В этом году, например, у многих европейских стран повысился НДС, многие города ввели туристические налоги, многие отели и гиды просто подняли цены. Все эти факты повышения цен не проходят бесследно и отражаются на качестве услуг других автобусных туроператоров, которые порой упорно продолжают работать по низким ценам. Как это можно сделать? Например, была гостиница рядом с парижским метро – стал отель, расположенный в 40–50 км от Парижа с доступом к электричке. Мы же делаем все для того, чтобы не снижать планку и держать сбалансированную цену без снижения качества услуг.

Как вы реагируете на отзывы клиентов?

Мы внимательно следим за отзывами, в том числе просим фиксировать сопровождающих групп устные высказывания путешественников о качестве нашего продукта. Однако отзывы бывают противоречивы. Иногда мы сталкиваемся с ситуацией, когда туристы из одной группы высказывают абсолютно разные мнения о нашем туре – и это мы тоже учитываем. Люди разные, но все они – наши клиенты и наша обязанность сделать так, чтобы они остались довольны отдыхом. Наши сотрудники готовы достаточно мобильно реагировать на замечания, исправлять ошибки и удовлетворять потребности клиентов.

Что в преддверии летнего сезона вы предлагаете турагентам?

Мы подготовили новую бонусную программу, о которой турагентства вскоре узнают. Весной расширятся функции онлайн-бронирования. Несмотря на то, что мы занялись компьютерными технологиями сравнительно недавно, уже заметен успех. Например, мы первыми в прошлом году ввели функцию выбора места для туриста в автобусе в режиме бронирования через наш сайт. Наши коллеги данным вопросом не занимались, хотя и внедрили системы онлайн-бронирования значительно раньше нас. Все привычные функции для турагентств: личный кабинет, актуальное наличие мест, отслеживание своей заявки, распечатка счета, история бронирований и т.п., – мы тоже вскоре введем. В мае 2012 года мы планируем провести рекламный тур для турагентств по Швейцарии.

Будут ли в этом году новинки? В этом году по многочисленным просьбам наших постоянных клиентов мы возобновляем туры в Скандинавию. Также запускаем интересное предложение «Европа де люкс» – 14-дневный тур с повышенным классом обслуживания, отличными гидами, на прекрасном комфортабельном автобусе, с проживанием в отелях категории 3–4 звезды, расположенных в шаговой доступности от центров европейских городов. Это, можно сказать, революция на рынке автобусного туризма. Кроме того, мы переработали и улучшили многие наши туры. В ближайшее время планируем более детально познакомить читателей «ТБ» с нашей продуктовой линейкой. В заключение хотел бы пожелать всем агентствам удачных продаж в этом году, хороших партнеров в турбизнесе и доброжелательных клиентов. Уверен, что сообща мы сможем пережить все невзгоды нашей нелегкой профессии.

ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ «ИНТЕРС»



»»» Основа компании – профессиональные сотрудники и в первую очередь «турлидеры», сопровождающие автобусные группы. Их подготовка ведется в самой компании.

»»» В автопарке компании пять собственных туристических автобусов Mercedes-Benz. К партнерским прокатным фирмам предъявляются жесткие требования.

»»» Туристы живут только в качественных отелях категорий от 2 до 4 звезд – Campanile, Ibis, Mercure, Novotel, Maritim, Courtyard by Marriott и др.

Таиланд – акцент на новинки

Собеседник «ТБ» – руководитель службы маркетинга Туристического управления Таиланда (ТАТ) **КОНСТАНТИН КИНЕЛЬ**

БЕСЕДОВАЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ



« В 2012 году московский офис продолжит работу по развитию проектов Клуба друзей Таиланда и Академии ТАТ. »»

КОНСТАНТИН КИНЕЛЬ

Каким был минувший год для туристической Таиланда? Весьма удачным. Общее число иностранных туристов в 2011 году составило 19,2 млн человек. Это на 20,7% больше, чем в 2010 году. По последним уточненным данным, страна приняла свыше миллиона гостей из России. Таким образом, прирост российского турпотока составил 63,5%. Доля россиян в общем объеме турпотока в Таиланд – 5,48%. Это четвертое место после граждан Малайзии, КНР и Японии. Главное событие прошлого года – празднование 84-летия со дня рождения короля Таиланда Пумипона Адульядета, которое отмечалось 5 декабря. Из негативных моментов нужно отметить неблагоприятные погодные условия, наводнения в некоторых центральных провинциях Таиланда и районах Бангкока. Впрочем, они не затронули основные туристские регионы страны и аэропорты.

Что нового королевство предложит туристам в этом году? На продвижение каких направлений будет сделан особый акцент в России?

Мы собираемся уделять больше внимание качественному туристскому продукту. Развивать нишевые рынки – гольф, спортивный, медицинский и оздоровительный туризм, свадебный туризм и экотуризм, шопинг. Эти виды туризма могут выступать как само-

стоятельный турпродукт, а также дополнять и насыщать стандартные программы. География путешествий наших соотечественников расширяется. В последнее время у них становятся все более популярными острова Самуй и Чанг, курорты провинции Краби, отдых на реке Квай в провинции Канчанабури. В этом году мы бы хотели более активно продвигать экскурсионные маршруты в Северном и Северо-Восточном Таиланде, морские курорты Хуахин и Чаам в Сиамском заливе и курорт Краолак на Андаманском побережье.

Каким, по вашей оценке, будет нынешний год для туризма в Таиланде? Туристический рынок требует стабильности. Это касается и тайского направления. Учитывая опыт первых месяцев нынешнего года, мы можем прогнозировать увеличение числа туристов из России на уровне 10–12% в 2012 году. Об этом свидетельствуют и взвешенные планы туроператоров и авиакомпаний, их ценовая политика. Со своей стороны московский офис ТАТ продолжит помогать ведущим туроператорам продвигать страну, в первую очередь летний туризм, новые туристические районы, а также специализированный турпродукт. В основном сотрудничество с турфирмами будет вестись в Москве и в тех российских городах, откуда выполняются рейсы в Таиланд.

НАЗНАЧЕНИЕ

Директор российского представительства Туристического управления Таиланда Висану Джароенсилп после четырех лет работы в России покидает нашу страну. За годы его активной работы достигнуты выдающиеся результаты: турпоток из России в Таиланд вырос в несколько раз, в 2010–2011 годах российский рынок вышел на первое место по динамике роста. Теперь Висану Джароенсилп переезжает в Бангкок в центральный офис ТАТ, где теперь будет курировать рынок США.

Новому главе московского офиса – Пасакорну Супаннапану – 53 года (на фото справа). Он отвечал за развитие внутреннего туризма в Таиланде, за продвижение страны на японском рынке. До приезда в Москву курировал рынки стран Юго-Восточной Азии. Пасакорн Супаннапан владеет тайским, английским и японским языками. Своими ближайшими маркетинговыми



задачами он считает продвижение малоизвестных у российских туристов регионов Таиланда, в частности, восточного побережья страны. Кроме того, планируется развивать спа- и лечебный туризм, уделять большее внимание МICE-сектору.

Навстречу восходящему солнцу



Japan. Thank You.

Спасибо за вашу поддержку.

«« Краски весенней сакуры Купание в термальном источнике

концепций спортивного, медицинского и некоторых других видов туризма. Сегодня Россия включена в список пятнадцати приоритетных рынков японской туристической индустрии. Правительство страны выражает искреннюю

Япония большая страна. По площади она больше Германии, а протяженность японских островов с юго-запада на северо-восток составляет около 3000 км, что примерно соответствует расстоянию от Москвы до Рима. Это определяет климатическое разнообразие страны – от снежного Хоккайдо до тропической Окинавы. По той же причине большинство туристических зон Японии землетрясение 11 марта 2011 года не затронуло. Они по-прежнему безопасны, комфортны и интересны для туристов, как это было всегда. Япония издавна манила европейцев своей загадочностью, непохожестью на страны Старого Света – как внешней, так и внутренней. Уникальная природа и силуэты современных городов, сезоны цветения сакуры и любования красными осенними кленами, традиции повседневного поведения и самобытная кухня, неповторимое культурное наследие по-прежнему составляют основу привлекательности Страны восходящего солнца. Стоит упомянуть и вклад в современную культуру, например, популярное на Западе творчество Харуки Мураками или анимэ как новое молодежное увлечение. В Японии традиционное удивительным образом уживается с самым современным. И это стоит увидеть своими глазами. В 2011 году на карте страны появились два новых объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО. Хираидзуми в префектуре Иватэ с его буддистскими храмами, садами и удивительными ландшафтами относится к памятникам культуры. Второй объект – природный, – субтропические острова Огасавара в Тихом океане в 1000 км к югу от Токио. Япония обладает огромным опытом преодоления последствий стихийных бедствий. Проявив чудеса стойкости, выдержки и дисциплинированности, она уверенно восстанавливает позиции безопасного и удобного туристического направления с традиционно высоким уровнем радушия и гостеприимства. Так, если в апреле прошлого года сокращение объема туристских прибытий составило 62%, то в октябре – уже всего лишь 15%. К нынешнему сезону цветения сакуры ожидается полное восстановление турпотока. Важными факторами реабилитации Японии на российском рынке стали правдивое освещение событий и текущей ситуации в стране, раскрутка новых направлений, разнесение границ высоких сезонов, система скидок на товары и услуги для туристов, а также обновление

благодарность российской стороне за активную поддержку в деле преодоления последствий стихийного бедствия. «От всего сердца благодарим все туристические компании за их настойчивые и неослабевающие усилия», – заявили высшие авторитеты японской туротрасли Рёити Мацуюма и Хироси Мидзохата в своем обращении к участникам международной туристской ярмарки VJTM-2011. Посещая Японию в первый раз, большинство российских туристов выбирает «золотой маршрут» Токио – Хаконэ – Киото – Осака, исторически центральный регион страны. При повторных визитах география маршрутов неизбежно расширяется. Одних привлекают снежные курорты и морская кухня Хоккайдо и Ниигаты, других родина карате – Окинава с ее изумрудным морем и белоснежными пляжами. Целые группы любителей периодически посещают многочисленные горячие термальные источники – онсэн. Россияне любят погружаться в культуру Японии, во всех префектурах туристов ждут всевозможные мастер-классы по самым разным темам. Профессионалы отмечают значительную долю туристов с детьми, что говорит о доверии людей к уровню безопасности в стране. Взрослых привлекает красота японской природы, а дети «отрываются» в суперсовременных тематических парках. В наступившем году Япония примет активное участие в российских туристических выставках «Интурмаркет» и МИТТ. На объединенных стендах будут представлены японские турагентства, авиалинии, администрации префектур и городов. В оформлении экспозиций будет сделан акцент на красоту и разнообразие страны, а также выражена признательность всем, кто оказал Японии поддержку. В рамках выставки МИТТ 21 марта JNTO проведет семинар и дегустацию национальных блюд. А еще гостей угостят японским чаем. Всем желающим предложат мастер-классы по искусству каллиграфии.

ЖДЕМ ВАС НА НАШИХ СТЕНДАХ:

На «Интурмаркете» – «Крокос-Экспо», зал № 10, павильон 2 На МИТТ – «Экспоцентр» на Красной Пресне, павильон F (302) В этом году на стенде «Япония» рекордное количество участников – 18 компаний. Не упустите этот шанс.

ТЕКСТ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН



К японским берегам

Прошел почти год с момента разрушительного землетрясения и цунами в Японии

Специальные исследования выяснили, что у иностранцев наибольшее доверие вызывает информация о положении в Японии, полученная от государственных органов управления, включая органы управления туризмом, а также от самих японцев и соотечественников, которые посещали страну после стихийного бедствия. Основной мерой по ликвидации негативных последствий аварии на АЭС для национальной туристической индустрии правительство страны по-прежнему считает донесение объективной информации о реальном положении в Японии до турфирм и их клиентов. В списке мероприятий – проведение семинаров и презентаций, организация ознакомительных поездок для сотрудников турфирм и журналистов, участие в выставках. Результатом проведения подобных акций стало

уменьшение доли потенциальных туристов, категорически отрицающих возможность отправиться в Японию, с 25,6% до 21,4%. Правительство страны и туристские власти в течение всего этого периода предпринимали меры по восстановлению въездного туристского потока. Вопросам реального положения дел в стране и новым программам была посвящена встреча представителей турбизнеса, генерального консульства Японии и авиакомпании «Трансаэро», которая планирует возобновление рейсов из Северной столицы в Токио.

ПЕРВАЯ ВЕСНА

По словам Кавабата Итиро, генерального консула Японии в Санкт-Петербурге, интерес Японии к Петербургу имеет глубокие корни. В настоящее

время в Северной столице с успехом ежегодно проходят фестивали «Японская весна» и «Японская осень». Тем не менее в прошлом году число туристов, отправляющихся из Петербурга в Японию, сократилось на 34%. Основной причиной стал страх перед последствиями аварии на АЭС. Однако за пределами зоны АЭС «Фукусима» жизнь японцев давно идет в штатном режиме, никакой опасности для туристов нет. Даже в марте прошлого года уровень радиации в Токио, Осаке, на Окинаве, в Тибе и Саппоро не превышал ее уровень в таких городах мира, как Нью-Йорк, Берлин, Шанхай и Сеул. По данным экономического отдела генерального консульства, с января по декабрь Японию посетило 6,219 млн иностранных туристов, что на 27,8% меньше, чем в 2010 году. Причем максимальное падение турпотока пришлось на период с марта по май, составив соответственно 50,3%, 62,5% и 50,4%. К осени ситуация стабилизировалась и в декабре падение составляло 11,7% по отношению к аналогичному периоду 2010 года. Если говорить о национальной принадлежности туристов, то лидером является Азия, откуда прибывает порядка 70% гостей. Далее следу-

ют Северная Америка (10%) и Европа (6%). Среди стран-лидеров следует отметить Южную Корею, Китай, Тайвань и США. Число российских туристов в 2010 году составило 51 тысячу человек. По состоянию на ноябрь 2011 года эта цифра уменьшилась до 31 тысячи человек.

ПРЯМЫЕ РЕЙСЫ

Одной из первых «ласточек», свидетельствующих о положительных изменениях на японском направлении, стало решение авиакомпании «Трансаэро» возобновить прямые беспосадочные рейсы из Санкт-Петербурга в Токио, которые были отменены в 2011 году в связи с трагическими событиями в Японии. Никита Корнильев, руководитель группы по работе с агентствами авиакомпании «Трансаэро», заявил, что полеты в японскую столицу начнутся 21 июня 2012 года. По его словам, необходимость возобновления рейсов обусловлена постоянно возрастающим объемом сотрудничества между двумя городами, а также реализацией масштабных и перспективных совместных бизнес- и культурных проектов. Рейсы будут выполняться на дальнемагистральных самолетах «Боинг-767-200» по четвергам. Вылет из Петербурга в 20.45, прибытие в Токио в 6.30 в пятницу. Рейс из Токио – вылет по пятницам в 8.00, прибытие в Петербург – в 18.10. Продолжительность полета – 10 часов 10 минут в Токио и 9 часов 45 минут – в обратном направлении. Номер рейса соответственно UN867 и UN868. Число пассажирских мест – 216, из которых 22 – в бизнес-классе. Большая часть кресел будет поступать в свободную продажу.



« Возобновленный рейс в Токио из Санкт-Петербурга стартует 21 июня и будет выполняться в летний сезон – с июля по сентябрь. »

**НИКИТА
КОРНИЛЬЕВ**

Руководитель группы по работе с агентствами авиакомпании «Трансаэро»



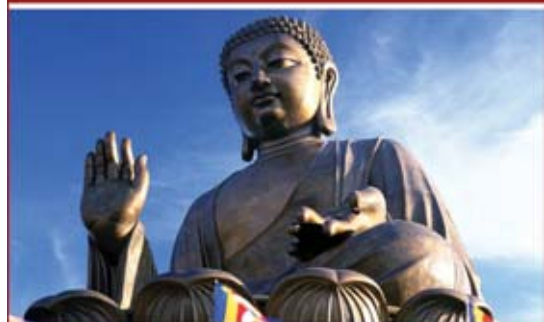
« Прямые рейсы в Токио из Северной столицы повысят интерес россиян к направлению. »

**КАВАБАТА
ИТИРО**

Генеральный консул Японии в Санкт-Петербурге



ЯПОНИЯ
ПУТЕШЕСТВИЯ
САКУРА & СУШИ
ЧАЙНАЯ ЦЕРЕМОНИЯ
ГЕЙША & СУМО
КИТАЙ | ГОНКОНГ | ВЬЕТНАМ



www.asiaspecialist.ru

«Окина» – «Старец», одна из древнейших масок театра Но



Рейс будет выполняться в летний сезон – с июля по сентябрь, поскольку осенью спрос как с российской, так и японской стороны падает на 80%. Если ситуация изменится, полеты могут выполняться круглогодично. Воздушное сообщение с Японией планирует открыть и украинский перевозчик «АэроСвит». Первые 12 парных рейсов из Киева в Токио, Фукуоку, Кумамото, Кагосиму, Оиту, Нагасаки и Миядзаки на дальнемагистральных Boeing 767-300ER будут выполняться по заказу японской туристической компании Japan Air Travel Marketing в период с июля по октябрь. Тамара Ро, генеральный директор петербургской компании «Россита», которая является оператором по Японии с 2004 года, отмечает, что из-за катаклизмов, случившихся в 2011 году, туроператорам, работающим на японском направлении, приходится начинать деятельность практически с нуля. Тем не менее уже разработаны новые туристские программы. Представители турбизнеса и генеральное консульство Японии в Петербурге считают, что открытие прямых рейсов в Токио позволит повысить интерес к японскому направлению и приведет к росту туристского потока. **Тб**

НОВЫЕ ПРОГРАММЫ

Из-за катаклизмов, случившихся в 2011 году, турбизнесу, работающему на японском направлении, приходится начинать деятельность практически с нуля.

Новинки компании «Россита» – «Очарование сакуры» и «Сакура-2012». Первая программа рассчитана на 10 дней и предусматривает посещение Осаки, Киото, Нары, Токио, Никко и Хаконэ. В Никко есть возможность осмотреть синтоистское святилище Тосёгу и тематический парк Эдо-Мура, а в Хаконе туристы доберутся по канатной дороге к долине гейзеров Овакудани, совершат мини-круиз по озеру Аси и посетят комплекс термальных источников Юнессан. Восьмидневная программа «Сакура-2012» предусматривает посещение и более глубокое знакомство только с японской столицей.

Качество ручной сборки

Своей оценкой ситуации на японском направлении, некоторыми секретами работы и планами на будущее с читателями делится директор по развитию компании «Ориентал Дискавери» **ВИТАЛИЙ ЕФРЕМОВ**. Кстати, в этом году компании исполняется 10 лет.



БЕСЕДОВАЛ АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

Расскажите, пожалуйста, об особенностях работы вашей компании. «Ориентал Дискавери» всегда отличал индивидуальный подход при организации любой поездки. Мы традиционно делаем штучную туристическую продукцию. В нашей небольшой – по нынешним меркам – туроператорской компании работают четыре япониста. Поэтому Япония понятна нам не только с точки зрения туризма. Мы знаем ее традиции, особенности и методы ведения бизнеса. Работаем на личных контактах при полном доверии со стороны японских партнеров. Российские турагентства знают, что специалисты «Ориентал Дискавери» умеют отлично составлять комбинации туров, маршрутов и направлений. Клиенту всегда предлагают оптимальный вариант авиаперелета, грамотно составят туристский маршрут. При этом стоимость путешествия, несмотря на насыщенность индивидуальными сервисами, будет адекватной. На нашем сайте, ориентированном и на туристов, и на турагентства, представлено большое количество просчитанных индивидуальных маршрутов. Именно маршрутов, а не турпакетов, со стоимостью и перечислением всех сервисов. Оказать помощь в решении любого вопроса всегда готовы наши консультанты. Нашей компании, в которой туры в Японию определяли треть оборота, события марта 2011 года нанесли серьезный удар. Пришлось аннулировать все запланированные туры и произвести денежные возвраты в кратчайшие сроки. Некоторые туристы согласились поменять направление, поскольку не хотели остаться без запланированного отпуска. Бизнес- и корпоративный туризм в Японию пострадал в меньшей степени. Сегодня помимо любых индивидуальных программ мы предлагаем групповые туры на цветение сакуры и майские праздники. Надеемся, что удастся отправить хотя бы небольшие группы.

Разделяете ли вы оптимизм японской стороны по поводу восстановления турпотока? По нашей статистике, количество туристов на японском направлении потихоньку начинает увеличиваться. Говорить о турпотоке пока не приходится, но единичные запросы есть. И это вселяет надежду на восстановление рынка. Несмотря на довольно тяжелый год, поток бизнесменов, а также студентов в Японию не уменьшился. С японской стороны усилия по восстановлению прилагались большие. Проведен целый ряд мероприятий, организованных JNTO. Хотя, на наш взгляд, для российского рынка нужен свой подход, а у японцев он один для всех зарубежных стран. Все прогнозы, на наш взгляд, пока носят характер ожиданий, интуитивных предположений и пожеланий. На фоне фактически благополучной для туризма обстановки в Японии все еще тянется шлейф негативного информационного поля, созданного российскими СМИ в прошлом году. Сложно сказать, когда он рассеется. В данном случае лучший лекарь – это время.

Представляют ли землетрясения опасность для туристов? В Японии землетрясения стали частью повседневной жизни, как в России снегопады и зимние морозы. Вы же не называете снегопад катастрофой. Может быть, именно из-за того, что японцы много думают о том, как обезопасить

себя от последствий землетрясений, за Японией закрепился стереотип страны землетрясений. Однако самые ужасные последствия бывают там, где к ним не готовились, например, в Индонезии или на Филиппинах. Россиянина Япония страшит сегодня не землетрясениями и цунами, а гипотетической радиационной опасностью, которую многие склонны преувеличивать. Все рожденные в СССР в той или иной степени радиофобы, к сожалению.

Что интересно в Японии нашим туристам в первую очередь? Редкий российский турист откажется от маршрута по «Золотому кольцу», включающему посещение Токио, Киото, Осаки и туристических объектов вокруг этих городов. Посещая Японию повторно, путешественники часто на несколько дней задерживаются в древней столице страны – Киото. Убежден, что при хорошей организации поездки Япония не может не понравиться. Те же, кто посещает страну в третий раз, как правило, являются подлинными энтузиастами, частица сердца которых навсегда осталась в Японии.

Но ведь «Ориентал Дискавери» работает не только с Японией. Конечно, в прошедшем году развивались и другие направления. Это Филиппины, Вьетнам, Бирма, Камбоджа, а также горячо любимые нами острова Фиджи. Австралией и Океанией мы занимаемся около 5 лет, более трех лет являемся Aussie Specialist. Это своего рода аккредитация при посольстве Австралии, которая позволяет оформлять визы всего за 48 часов. Подобный статус мы приобрели и при посольстве Новой Зеландии. Теперь туристы, отправляющиеся с нашей помощью в эту страну зеленых холмов и гейзеров, также будут иметь преимущества при оформлении визы. Открыли и новые направления – Шри-Ланку, Мальдивы, Маврикий, Сейшельские острова, а также Африку, Израиль и Иорданию. У нас проверенные партнеры, наши цены конкурентоспособны и, главное, на всех направлениях мы практикуем индивидуальный подход к клиенту. Уже несколько лет мы занимаемся США. В основном это корпоративные заказы и индивидуальные бронирования. В нашем ассортименте также появились страны Южной и Центральной Америки с акцентом на познавательные экскурсионные маршруты с добавлением пляжного отдыха. Опять же индивидуальный подход отличает нас от операторов, предлагающих эти страны как массовые направления. Мы благодарим наших постоянных партнеров-агентов, которые сотрудничают с нами, в том числе по новым направлениям. Конечно, мы всегда открыты к новому взаимовыгодному сотрудничеству.

Тел.: +7 (499) 922-22-22
www.orientaltravel.ru



Стратегия-2012

ТЕКСТ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН,
СВЕТЛАНА БАЕВА



« Доминикана
в 2012 году откроет
турофис в Москве. »»

**ГАЛИНА
ЛЫСЕНКО**

ДОМИНИКАНА – СЕВЕР И ЭКСКУРСИИ

По словам Галины Лысенко, представителя Министерства туризма Доминиканской Республики в РФ, прошлый год для туристической индустрии страны был весьма успешным – ее посетило около 120 тысяч туристов из России, прирост по сравнению с 2010 годом составил более 50%. Причем рост потока продолжался стабильно из месяца в течение всего года. Почти 17% гостей приехали в Доминикану повторно, что свидетельствует о том, что туристам нравятся условия отдыха. В 2012 году одним из основных направлений деятельности туристических властей станет продвижение отдыха в северных областях страны. Россияне в основном знают Пунта-Кану и Ла-Роману, теперь стоит задача привлечь их внимание к Пуэрто-Плате, Кабарете, Сасуа и Самане – красивейшим местам на северном побережье Доминиканы. Достоинством данного региона является наличие двух современных международных аэропортов, и есть надежда, что авиаперевозчики организуют сюда прямые рейсы. В настоящее время Министерство туризма и правительство прилагают огромные усилия по улучшению инфраструктуры северной части острова, в частности, построили качественную автодорогу от Санто-Доминго до Саманы – сейчас от сто-

лицы сюда можно доехать всего за полтора часа. Построена также дорога до полуострова Самана по берегу океана в Лас-Теренас, позволяющая преодолеть это расстояние не за полтора часа, как раньше, а за 15 минут. Второе направление деятельности – продвижение экскурсионных программ. Так сложилось, что Доминикана большинством туроператоров воспринимается как направление исключительно пляжного отдыха. Вместе с тем страна имеет большие возможности для развития экскурсионного туризма. Разъяснять и демонстрировать эти возможности позволит новый сайт Министерства туризма Доминиканы на русском языке, который заработает в ближайшее время. Большим событием в нынешнем году должно стать открытие офиса официального туристического представительства Доминиканы в Москве.

ЭСТОНИЯ – ВСЕ ВИДЫ ТРАНСПОРТА

По предварительным данным департамента статистики Эстонии, в гостиницах страны за 2011 год остановились почти 1,81 млн туристов – на 15,6% больше, чем за предыдущий год. Число ночевков составило 3,75 млн (+17%). В общем объеме турпотока лидируют граждане Финляндии (841 тысяча человек), России (203 тысячи), Германии (104 тысячи) и Швеции (86 тысяч). Число российских туристов по сравнению с 2010 годом выросло на 43%, причем прирост был стабильным в течение всего туристического сезона. 33% туристов из РФ выбрали проживание в спа-отелях. Самый большой прирост количества ночевков россияне отмечен в Таллине (на 40 тысяч больше). Заметно выросли объемы авиаперевозки. Свою ежедневную линию из Внукова в эстонскую столицу открыл UTair, рейсы на выходные добавил национальный перевозчик Estonian Air. С 25 марта 2012 года Estonian Air будет летать из Москвы и Санкт-Петербурга в Таллин 18 раз в неделю. В прошлом году три консульские службы Эстонии выдали гражданам РФ почти 108 тысяч виз – на 17,3% больше, чем в 2010 году. Значительно выросло количество туристов, посетивших страну впервые. Тоомас Кястик, представитель Enterprise Estonia в Санкт-Петербурге, отметил, что одним из факторов роста стала богатая программа мероприятий «Таллин – Культурная столица Европы». Но число гостей выросло также в северных (Иду – Вырумаа) и юго-восточных (Пярну) регионах страны. В 2012 году планируется большая работа по совер-

шенствованию транспортного сообщения между Эстонией и Россией. Air Estonia предполагает увеличить частоту рейсов из Таллина в Москву и Санкт-Петербург. Из Северной столицы ежедневно, кроме субботы, будет выполняться три рейса в эстонскую столицу. Возможно, в мае возобновится железнодорожное сообщение между двумя городами. Автобусные перевозчики в настоящее время выполняют десять рейсов в день – это хороший показатель в данном секторе. Положительным моментом явилось включение в прошлом году Таллина в паромный маршрут компании St. PeterLine. Идеальным было бы открытие прямого морского маршрута Санкт-Петербург – Таллин. Стабилизировалась работа системы электронной регистрации на границе для автомобилистов. На юго-восточных переходах границы стало возможно бронировать время пересечения для туристических автобусов. Пока это невозможно сделать на переходе в Нарве. В текущем году весной и осенью Enterprise Estonia планирует в Петербурге проведение трех семинаров для туроператоров и агентств. Параллельно с двумя семинарами пройдут рабочие встречи, на которых будут представлены туристские возможности различных регионов Эстонии. Осенью Эстония впервые примет участие в объединенном workshop совместно с Данией и Швецией в Москве и Петербурге. Для журналистов в течение года будут организованы пресс-туры. Продолжится работа по обновлению туристского веб-сайта, который с каждым годом приобретает все более практический характер и становится привлекательным не только для индивидуальных туристов, но и для профессионалов турбизнеса.

БОЛГАРИЯ – КОНСУЛЬСТВО НЕ ТОРМОЗИТ

По словам Николая Панайотова, консула Республики Болгарии в Санкт-Петербурге, в 2011 году генеральное консульство выдало 62 тысячи виз, что на 13% больше, чем в 2010 году. По количеству выданных виз в Северной столице безусловным лидером, несомненно, является консульство Финляндии, но Болгария входит в первую четверку. При этом срок обработки документов составляет 3–4 дня. Почти 80% составляют туристические визы. В Петербурге действует около 60 турфирм, аккредитованных при консульстве. Значительная часть заявителей – это туристы, направляющиеся на отдых. Но довольно много российских граждан сейчас имеют недвижимость в Болгарии – данная категория заявителей имеет возможность получать долгосрочные много-разовые визы. Значительно упрощена процеду-

ра получения болгарской визы для тех граждан, которые имеют действующую шенгенскую визу. Для них существенно сокращен перечень предоставляемых документов.

ВАРШАВА ЖДЕТ НА ЕВРО-2012

Анджей Сераковски, глава польского турофиса в России, отметил, что самым масштабным международным событием в нынешнем году станет Чемпионат Европы по футболу, который пройдет на Украине и в Польше. В турнире примут участие 16 команд, 13 из них местом своего пребывания выбрали Польшу. Первый матч российских футболистов состоится в Вроцлаве, два последующих – в Варшаве. Турнир начнется 8 июня и завершится 1 июля. В связи с этим проводится большая работа по встрече болельщиков, в том числе из России. Польская туристическая организация использует эти возможности для развития туризма – планируется, что на чемпионат приедет более миллиона туристов и болельщиков. Церемония открытия соревнований состоится в Варшаве. Новый национальный стадион расположен в 3 км от центра города и имеет 55 тысяч посадочных мест и 62 VIP-ложи. Официальная фан-зона будет обустроена возле известного столичного здания Дворца культуры и науки. Ее площадь составит 120 тысяч квадратных метров. Она будет действовать с 14.00 до полуночи. Посещение фан-зоны – бесплатное. Матчи будут транслироваться на шесть больших экранов. На тридцатом этаже Дворца культуры и науки планируется организовать VIP-зону на 100 мест, которая будет открыта с 17.00 до 1 часа ночи. Помимо трансляции матчей зрители также смогут посмотреть концерты и шоу. На официальном туристском сайте Варшавы разместят ссылку на интернет-ресурс, позволяющий забронировать отели на период проведения игр не только в Варшаве, но и в тридцатикилометровой зоне вокруг столицы. На сегодняшний день в городе действует 5 туристско-информационных центров, но к чемпионату откроется дополнительно 4–5 временных центров. Сотрудники инфоцентров также будут перемещаться на велосипедах в местах скопления болельщиков и туристов. К мероприятию подготовлены туристские брошюры и путеводитель по городу на русском языке.

НОВЫЙ ВИЗОВЫЙ ЦЕНТР ДУБАЯ

Услугами визового центра, предлагающего помощь в оформлении виз в ОАЭ сроком действия от 36 часов до 90 дней, могут восполь-



« Болгария входит
в первую четверку
по количеству
выданных виз
в Санкт-Петербурге. »»

**НИКОЛАЙ
ПАНАЙОТОВ**



« В Польше ожидают
на Евро-2012 более
миллиона туристов
и болельщиков. »»

**АНДЖЕЙ
СЕРАКОВСКИ**



« Число российских
туристов в Эстонии
в 2011 году: рекордный
рост на 43 процента. »»

**ТООМАС
КЯСТИК**



« Рейс в Дубай – новые возможности для турфирм Петербурга. »»

ИРИНА ЛЕБЕДЕВА

зоваться клиенты авиакомпании «Эмирейтс», путешествующие из Петербурга в Дубай или следующие через Дубай транзитом. При бронировании одной ночи в рамках программы «Остановка в Дубае» 36-часовая виза будет предоставляться пассажирам авиакомпании бесплатно. В программе «Остановка в Дубае» участвуют 60 гостиниц эмирата – от апартаментов до городских и курортных отелей. Программа предусматривает услугу встречи в аэропорту, трансферы, а также скидки на экскурсионные туры, сафари, аренду автомобилей и посещение гольф-клубов Дубая. «Остановка в Дубае» доступна для бронирования на любом сегменте маршрута, вне зависимости от тарифа и класса обслуживания. Стоимость предложения начинается от 45 долларов США на человека за ночь при двухместном размещении, включая налоги и сборы. Бесплатные

36-часовые визы в ОАЭ предоставляются до октября 2012 года при условии одобрения миграционными властями страны. По мнению Ирины Лебедевой, генерального директора турфирмы Meteors Travel, появление прямого рейса компании «Эмирейтс» из Петербурга в Дубай позволило значительно разнообразить ассортимент туристских маршрутов. Например, это облегчило возможность перелетов по таким направлениям, как Мальдивы, Сейшелы и Шри-Ланка. Ежедневные рейсы дают возможность туристам не подстраиваться под чартерные программы, а лететь, когда они захотят и когда им удобно. Сделать более доступными для петербуржцев туристские направления в регионе Индийского океана помогла и ценовая политика «Эмирейтс». Благодаря новому рейсу появилась возможность по доступным ценам летать, например, и в Кению. **Тб**

Малайзия поддержит туроператоров

Национальный офис по туризму Малайзии обнародовал детали новой маркетинговой программы по привлечению в страну российских туристов

Она предусматривает развитие инфраструктуры, совершенствование турпродукта, продвижение культурного и экологического отдыха, привлечение организаторов чартерных рейсов. Например, в ближайшее время на острове Ланкави планируется строительство пяти отелей категории 5 звезд и нескольких 4-звездных гостиниц. Как рассказала представитель по маркетингу Национального офиса по туризму Малайзии в России Дарья Алдошкина, всего на программу развития туризма на Ланкави до конца 2015 года будет выделено примерно \$1,7 млрд. По ее словам, предусмотрено выделение средств на вознаграждение турфирмам, организующим чартерные рейсы на остров. Предполагается вознаграждение в разме-



ре 10 долларов за каждого пассажира, а также, в зависимости от длительности цепочек и количества кресел на борту, консолидаторам будут выделены суммы от 5 до 30 тысяч долларов. При этом туристы должны проводить на острове не менее трех дней. Еще одна программа ориентирована на россиян, выбираю-

щих отдых класса luxury. Она предполагает дополнительные привилегии для туристов, включая услуги бизнес-авиации, организацию воздушных прогулок на вертолете, заказы лимуззинов, консьерж-сервис, аренду яхт, посещение закрытых магазинов, музейных показов. Россия является для Малайзии

одним из приоритетных рынков. В прошлом году российский турпоток в страну увеличился на 25%. PR-стратегия будет направлена на привлечение гостей премиум-класса и расширение целевой аудитории турфирм. Главными центрами отдыха в стране остаются Куала-Лумпур, Ланкави, Пинанг. Но планируется продвигать и менее известные курортные зоны. Например, острова восточного побережья страны, регионы Теренгану и Пангкор. В декабре 2011 года появился новый рейс Москва – Куала-Лумпур компании «Трансаэро». По словам директора по корпоративным коммуникациям перевозчика Сергея Быхала, пока выполняется один рейс в неделю, но в будущем возможно увеличение частоты полетов.

Весенние планы ART TOUR

В преддверии весенне-летнего сезона оператор «АРТ-ТУР» подготовил интересные предложения по всем своим направлениям. О главных из них рассказывает генеральный директор компании **ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ**.

БЕСЕДОВАЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Дмитрий, на какие направления сделаете упор грядущей весной? Для многих партнеров и клиентов нашей визитной карточкой являются ОАЭ. В этом сезоне по Эмиратам у нас особенно много интересных и выгодных ценовых предложений. Открытие собственного офиса в Дубае помогло поднять уровень сервиса на новую высоту, оптимизировать цены. Теперь мы предлагаем нашим региональным партнерам возможность заказать как весь турпакет, так и только наземное обслуживание от компании «АРТ-ТУР». Многие годы мы активно напрямую работаем с такими отелями, как Jumeirah, Kerzner (Atlantis, One&Only), Hilton, Starwood Hotels (Sheraton, Westin, Le Meridien, St Regis), Ritz-Carlton, Rotana Hotels, имеем в них собственные аллокированные номера. Кстати, в начале февраля список наших наград пополнился еще одной – очень приятной для нас – от отеля Atlantis, The Palm, который мы активно продаем с момента его открытия в сентябре 2008 года. Являясь лучшим туроператором авиакомпании Emirates в России, мы готовы предложить турпакеты с перелетом по спецтарифам от этого ведущего мирового перевозчика. Мы также имеем собственные блоки мест на регулярных рейсах «Аэрофлота», предлагаем перелеты в Абу-Даби рейсами национального авиаперевозчика ОАЭ – Etihad Airways.

Предлагаете ли вы весной отдых в соседних с ОАЭ странах? Конечно. Это страны Персидского залива – Оман, Бахрейн, Катар. Дополняет наш арабский блок программ Иордания с Ливаном и Марокко. Интересны экскурсионные туры в Иорданию с отдыхом на Красном и Мертвом морях, экскурсионные туры в Ливан с отдыхом на Средиземном море. Особое внимание этой весной мы хотим обратить на Марокко. В нашей системе онлайн-бронирования уже рассчитаны туры в Агадир, Касабланку, Эссуйру и Марракеш с перелетами регулярными рейсами авиакомпании Royal Air Maroc по вторникам и пятницам. Вы найдете у нас самый широкий выбор отелей и экскурсионных программ. Еще одна наша изюминка – отдых по эксклюзивным ценам на курорте Мазган с роскошной инфраструктурой и семикилометровым пляжем.

Наверное, этой весной не будут забыты и острова Индийского океана? Разумеется. Это Сейшелы, Маврикий, Мальдивы. Здесь наших клиентов ждет великолепный пляжный отдых класса «люкс», который можно удачно дополнить путешествиями по островам архипелага (Сейшелы), экскурсионными программами по Шри-Ланке (Мальдивы) или Южной Африке (с Маврикия). Весна и лето – это высокий сезон для свадебных путешествий. Поэтому мы хотим обратить внимание на предлагаемые нашей компанией свадебные туры как с церемонией бракосочетания, так и без нее. Мы много лет специализируемся на индивидуальных турах, имеем очень богатый опыт в организации свадеб за границей. Лидеры на этом романтическом направлении – Маврикий, Сейшелы и Мальдивы. Местные отели дают скидку невесте до 100%, часто дарят молодоженам романтический ужин на двоих, цветы, фрукты, парео и многое другое. Важно, что на Маврикий можно заверить



« Дмитрий и Анна АРУТЮНОВЫ получают награду от отеля Atlantis, The Palm лучшему международному туроператору по деловому туризму 2011 года

брак в офисе премьер-министра страны, и он будет действителен в России. Туры на острова Индийского океана с различными вариантами перелета, а также только наземное обслуживание агентства могут выбрать и забронировать в системе онлайн-бронирования на нашем сайте.

Стоит ли ждать чего-нибудь интересного на азиатском направлении? Этой весной предлагаем Малайзию, Таиланд, Индонезию, Вьетнам, Камбоджу, Бирму, Бруней, Филиппины, Китай и Сингапур. Серьезный акцент в этом сезоне мы сделаем на Индонезию, на популярный остров Бали. В нашей системе бронирования вы найдете туры на курорты Джимбаран, Нуса-Дуа, Кута, Семиньяк. Еще одна изюминка «АРТ-ТУРА» – комбинированные туры с перелетом рейсами Singapore Airlines через Сингапур: «Сингапур + Бали», «Убуд + отдых на побережье», «Куала-Лумпур + Сингапур + Бали». Что касается традиционного хита продаж – Таиланда, то здесь мы предлагаем отличный отдых на острове Самуй. В нашем ассортименте отели уровня 5 звезд, спецтариф на перелеты рейсами Singapore Airlines через Сингапур или Thai Airways через Бангкок. Нельзя не упомянуть Вьетнам. Здесь мы предлагаем туры на курорты Нячанг и Фантхьет с перелетом регулярными рейсами Vietnam Airlines. Интересно посетить еще малоизвестные нашим туристам Камбоджу, Бирму, Бруней. На этих направлениях также возможны любые комбинации – все зависит от кошелька клиента и его пожеланий.

Дмитрий, что новенького ждать на американском направлении? Здесь у нас всегда много нового и интересного. В нашем каталоге – уже отлично зарекомендовавшие себя Куба, Доминикана, Перу и Мексика. А также почти незнакомые россиянам Боливия, Эквадор, Гватемала, Чили, Аргентина, Сент-Люсия, Барбадос, Багамы. Многие государства Латинской Америки отменили визы для россиян, что существенно стимулировало интерес к континенту. Если же говорить о весне, то здесь бесспорный лидер продаж – Мексика. Отлично продаются экскурсионные туры и отдых в Канкуне, на Ривьере-Майя, Лос-Кабосе, Пуэрто-Вальярте и Акапулько. Думаю, что летом здесь будет еще горячее, ведь скидки от отелей в этот период достигают 25%. Кроме того, мы рекомендуем обратить внимание на пляжный отдых на севере Бразилии и в Колумбии: на архипелаге Сан-Андрес и Провиденсия, в Венесуэле – островах Маргарита, Лос-Рокес. А еще мы всячески рекомендуем Ямайку и Барбадос. Этой весной продолжаем летать сюда на регулярных рейсах British Airways по спецтарифу, у нас есть гарантированные блоки мест. Туры на Карибы уже рассчитаны в нашей системе онлайн-бронирования.

Туроператорский офис по ОАЭ, Арабскому Востоку, Латинской Америке и Европе: Тел.: (495) 980-2121, факс: 980-2123

Офис продаж и туроператорский офис по островам Индийского океана, Азии, Африке: Тел./факс: (495) 232-3113, www.arttour.ru



Финляндия – рай для коттеджного и семейного отдыха

Lomarengas – Finnish Country Holidays

Летний отдых в уютных и комфортабельных коттеджах Финляндии становится все более востребованным у российских туристов. К услугам гостей – коттеджи для семей и небольших групп. Они расположены в различных районах страны, неподалеку от крупных центров с разнообразными сервисными услугами, а также на лоне природы. В каждом коттедже есть сауна, в большинстве имеются камины. Коттеджами можно пользоваться в течение всего года. Важно, что большое число коттеджей находится на небольшом удалении от финско-российской границы. Кроме того, такое размещение очень выгодно: оно стоит от 400 евро в неделю. Туристы могут арендовать коттедж и просто на выходные. Проще всего забронировать коттедж, воспользовавшись услугами финской компании Lomarengas. Сегодня она предлагает

более 3 тысяч коттеджей и апартаментов по всей Финляндии. Гордость компании – прекрасная система онлайн-бронирования. К услугам пользователей – русскоязычная клиентская служба. Она работает в будни с 8.30 до 16.30 (Санкт-Петербург, Москва – плюс 1 час). Позвонить сюда можно по телефону +358 306 502 520. Электронная почта – rusinfo@lomarengas.fi.



Оулу

Несмотря на то, что город Оулу расположен далеко на севере, почти в Арктике, сюда очень легко добраться. Долететь до Оулу можно всего за один час из столицы Финляндии. Рейсы выполняют авиакомпании Finnair, Blue1, AirBaltic и Norwegian. В расписании также есть прямые рейсы из крупнейших городов Европы. Сюда можно без проблем доехать и на поезде, автобусе или взятом напрокат автомобиле. Дорога на поезде из Хельсинки займет 6–7 часов. Оулу – идеальное место для семейного отдыха. Детям непременно понравится Baby Reindeer Park, где можно посмотреть на родившихся в мае оленят. В парке цветов и зоосаде Escuriал посетители увидят около 300 животных. Цветники расположенного в коммуне Лиминка парка особенно красивы в июле. Любителям садоводства придется по душе новые и редкие виды растений, которые можно приобрести для своего сада. В Автомобильном музее Оулу представлены старинные машины – одна интересней другой. Самые старые модели относятся к началу прошлого века. Кроме 50 автомобилей экспозиция включает мотоциклы, противопожарный инвентарь, а также различные двигатели и масштабные модели. К услугам посетителей парка развлечений Vauhtipuisto – карусели, большая горка, игровой зал, квадроциклы и много других интересных вещей. Детям и взрослым будет приятно провести здесь целый день. Конечно, нужно побывать в научно-познавательном центре Тиетомая. Самый большой в Финляндии киноэкран откроет туристам дверь в увлекательный мир науки. В центре Тиетомая работают магазин для юных ученых «Сириус» и кафе-ресторан «Сатурн». С 35-метро-

вой смотровой башни открывается прекрасный вид на Оулу и окрестности. По городу приятно гулять пешком. Поэтому на знаменитую пешеходную улицу Ротуаари приходят не только за покупками, но и просто чтобы хорошо провести время и встретиться с друзьями в уютных кафе и ресторанах. Жизнь на Ротуаари кипит круглый год. Здесь проходит множество зрелищных мероприятий, таких как городской фестиваль Rotuaari Piknik. Рыночная площадь Кауппатори со своими внутренними дворами и торговыми местами – это сердце Оулу. На богатом традициями торговом месте встречаются история и современность, гости города и его жители. Сверкающее море, береговые склады и монументальные строения делают территорию Кауппатори уникальным местом. С крытого рынка Кауппахалли просто невозможно уйти без покупок. Его завсегдаитаи уносят домой полные сумки свежих продуктов. Есть в Оулу и другие достопримечательности. Например, музей под открытым небом Туркансаари. Это уникальное место, где хранятся экспонаты, рассказывающие о финском культурном наследии. В музее можно узнать о традиционном образе жизни финнов. Более 40 строений с предметами быта рассказывают о крестьянской культуре Северной Похьянмаа и типичных для региона традиционных промыслах. Также отметим кафедральный собор города, спроектированный архитектором К. Л. Энгелем. Это одна из самых популярных достопримечательностей Оулу. Для верующих свои двери открывают и небольшие церкви. Евангелиско-лютеранский, православный и католический приходы формируют центр духовной жизни Оулу.



ОУЛУ

Тел.: +358 40 585 2814
Web: www.ouluon.fi

AATravel

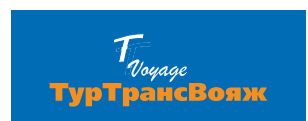
AATRavel

Тел.: +7 (495) 911 2580
Web: www.aatravel.ru



LOMARENGAS

Тел.: +358 306 502 520
Web: www.lomarengas.fi



ТУРТРАНС-ВОЯЖ

Тел.: +7 (495) 970 0122;
бесплатная линия для региональных агентств:
8 800 200 7733
Web: www.tourtrans.ru



VisitFinland.com



Регион Куопио

Окруженный тысячами озер регион Куопио находится на востоке Финляндии в провинции Северное Саво. Сюда можно без проблем добраться на самолете (от Хельсинки до Куопио лететь меньше часа), на поезде или на автомобиле (от четырех до пяти часов). Куопио – современный город, крупнейший центр науки, бизнеса и высоких технологий в регионе. Он постоянно растет и развивается, но не забывает о своих корнях – исконная саволакская атмосфера и местный диалект здесь по-прежнему в почете. Куопио был основан шведским наместником в Финляндии Питером Брахе в 1653 году. Но город в его нынешнем понимании появился позже – 17 ноября 1775 года его заложил шведский король Густав III. Куопио и сейчас окружен великолепной природой, что создает уютную атмосферу в городе, а также предлагает обширные возможности для активного отдыха и занятий спортом. Жемчужина Куопио – синие воды озера Каллавеси и его бесчисленные острова. Половину городской территории составляют лесные массивы, третья часть площади – водоемы. В провинции Северный Саво широкий выбор вариантов размещения: от скромных домиков до роскошных вилл. Большинство коттеджей расположены на берегу или в непосредственной близости от озер или рек. К услугам отдыхающих всевозможные развлечения. Так, у каждого гостя этого края есть возможность отправиться в увлекательный кру-

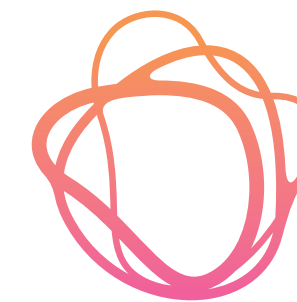
из – не даром в Куопио самая большая в Финляндии озерная флотилия. До двадцати раз в день из пассажирской гавани отправляются в путь старинные и современные корабли. Свои услуги предлагают две судоходные компании: Koski-Laiva Oy и Kuopion Roll Risteilyt Oy. Круизы по различным маршрутам организуются с мая по сентябрь, как по регулярному расписанию, так и по заказу для групп. Региону Куопио есть что предложить и любителям гольфа: ухоженные игровые поля, обучающие курсы и широкий спектр услуг. Вблизи полей для гольфа работают специализированные магазины proshop и пункты подготовки снаряжения, предоставляются услуги пунктов общественного питания и объектов размещения. Интересно, что в регионе Куопио можно найти сауну буквально в любом месте. Самая знаменитая из них – «Яткьянкямппя» – крупнейшая в мире баня по-черному, где могут одновременно разместиться около сотни парильщиков. «Яткьянкямппя» находится на территории туристического центра Раухалахти, рядом с идиллической избой лесосплавщиков. Каждый вторник, а в летнее время и по четвергам, в «Яткьянкямппя» проводятся традиционные финские вечера с сауной, обильным угощением и музыкой. Баня расположена на берегу озера Каллавеси, так что после парилки желающие могут искупаться, зимой для самых отважных подготовлены прорубь.



Миккели

Регион Миккели, связанный с легендарным маршалом Маннергеймом, стал одним из самых популярных центров любителей отдыха в коттеджах. Здесь можно разместиться в уединенном убежище на берегу прекрасного озера или в большой вилле с компанией друзей. Самым важным преимуществом региона является разнообразие пейзажей и предлагаемых в аренду коттеджей. В Южном Саво насчитывается свыше 40 тысяч летних домиков и несколько тысяч сдаваемых в аренду коттеджей, расположенных в сельских усадьбах, гостевых деревнях и на кемпинговых территориях. Любителям роскоши идеально подойдут виллы Art&Design в Анттоланхови. Озера Миккели славятся обилием рыбы. Здесь можно нанять гида на весь день или самостоятельно отправиться с удочкой на берег озера. В Миккели множество ухоженных мест для разведения костров, которые оборудованы коптильнями для рыбы. Еще одна гордость края – экологически чистые продукты. Рынки и пункты прямой продажи изобилуют деликатесами. Местные рестораны поражают туристов шикарным ассортиментом из свежих продуктов. Многочисленные магазины в центре города удовлетворяют запросы даже самых требовательных любителей шопинга. За последние годы здесь были открыты два новых торговых центра – Akseli и Forum. Благодаря это-

му город по праву считается теперь самым важным торговым центром Восточной Финляндии. Модная одежда, бриллианты, часы, компьютеры, спортивное снаряжение – здесь можно найти все, что душе угодно. В центре Миккели работают магазины известных мировых брендов. Они расположены в основном на оживленных торговых улицах. Собственниками магазинов модной одежды и прочих специализированных магазинов часто являются местные жители, которые берут на себя личную ответственность за то, чтобы клиентов всегда обслужили наилучшим образом. В ноябре 2011 года здесь открылся огромный торговый центр Stella, который славится самой большой в Финляндии стеклянной крышей.



VisitFinland.com



VISITMIKKELI

МИККЕЛИ

Тел.: +358 44 794 5669
Web: visitmikkeli.fi



ВЕДИ ТУР

Тел.: +7 (495) 946 1818, 946 1870, 506 0085; бесплатная линия для региональных агентств: 8 800 100 5421
Web: www.veditours.ru



КУОПИО

Тел.: +358 17 182 584
Web: visitlakeland.fi



ДЖАЗ-ТУР

Тел.: +7 (495) 775 7676 (Москва), +7 (812) 336 9411 (Санкт-Петербург)
Web: www.Jazz.travel



VisitFinland.com



Турку

Город Турку и его архипелаг, состоящий из 20 тысяч островов и островков, находятся на юго-западном побережье Финляндии. Река Аура, протекающая через центр города, – одна из самых крупных рек страны и самая крупная река в Юго-Западной Финляндии. Первая столица Финляндии – это еще и самый древний город страны. В официальных документах он впервые упомянут в 1229 году. Сегодня это город искусства, науки и культуры. А еще это активный торговый и пассажирский порт с ежедневным паромным сообщением Турку – Мариехамн и Турку – Стокгольм. Самые известные памятники истории – замок Турку и его кафедральный собор. Туристам будет интересно посетить настоящую средневековую ярмарку, которая проходит нынешним летом с 28 июня по 1 июля. Она работает с 12.00 до 20.00 с четверга по субботу и с 12.00 до 18.00 по воскресеньям. На Старой площади туристы увидят, как варится древнее пиво, как сапожник работает с только что выдушенной кожей. Во внутреннем дворике Соборной школы устроено ристалище. Если хватит смелости, гости могут испытать свое рыцарское мастерство. Еще одна достопримечательность города – Музей искусства, который открылся для широкой публики в 1904 году. В нем можно увидеть произведения финских и зарубежных художников. В коллекциях, считающихся

национальным сокровищем, широко представлен золотой век финского изобразительного искусства, автопортреты художников, финский сюрреализм и поп-арт. Семьям с детьми будет интересно посетить JukuPark – новый большой аквапарк, расположенный всего в нескольких километрах от центра Турку. Хорошее настроение им гарантируют многочисленные водные горки, большие бассейны с подогретой водой, просторные площадки для солнечных ванн, прекрасные сауны и душевые. В аквапарке открыты гриль-бар, кафе, киоски и террасы. Помимо самого Турку и его архипелага туристам стоит посетить соседний городок Наантали. Среди его достопримечательностей – прекрасно сохранившийся центр Старого города, летняя резиденция президента Финляндии Култаранта, а также парк «Страна Муми-троллей», героев знаменитой детской писательницы Туве Янссон. В Турку и Юго-Западной Финляндии в целом легко путешествовать как на собственном автомобиле, так и пользуясь общественным транспортом. Транспортная сеть региона прекрасно развита. На дальние расстояния удобно перемещаться в комфортабельных междугородних автобусах и поездах. Есть международный аэропорт и крупный порт. На живописные острова архипелага тоже легко добраться: на автомобиле, лодке или рейсовом катере. К услугам туристов даже катера-такси.



ТУРКУ

Тел.: +358 2 262 7444
Web: www.turkutouring.fi



ДЯДЮШКА НИК

Тел.: +7 (812) 320 3180
Web: nicktour.spb.ru



Регион Ювяскюля

Город Ювяскюля находится в самом центре Средней Финляндии, на озере Пяйянне, в 270 километрах к северо-востоку от Хельсинки. Сюда можно легко добраться на самолете, на поезде или на автомобиле из Хельсинки. Кроме того, с начала апреля из Санкт-Петербурга в Ювяскюля можно попасть примерно за три часа через Таллин. Стыковочный рейс выполняет авиакомпания Estonian Air. Ювяскюля – университетский город, где проходит много разных событий, есть много возможностей для отдыха. Сегодня здесь проживает 130 тысяч человек. К услугам гостей Ювяскюля – сотни коттеджей, апартаментов, вилл. Город известен автогонками, университетом и архитектурой Алвара Аалто. В Ювяскюля проводятся всевозможные мероприятия и фестивали. Это летний фестиваль культуры Juväskylän Kesä, летний фестиваль джазовой музыки Keitele Jazz, а также авторалли Neste Oil Rally Finland – гонки на первенство чемпионата мира, которые проходят здесь уже 50 лет. Большинство магазинчиков, кафе и ресторанов расположены на пешеходной улице в центре города, длина которой 440 метров. К услугам любителей активного отдыха – спортивный комплекс Хутунки, поля для гольфа в Пеурунка, Сипулаинми и Ревонтули, школа верховой езды, ралли-картинг, походы на байдарках. Можно отправиться в пешеходные прогулки по национальным паркам Лейвонмяки, Пюхя-Хякки, Исоярви и Саламарви, в которых проложены тропинки для походов

для всей семьи. Или отправиться по водным маршрутам на озере Пяйянне. В программе теплоходной компании – как двухчасовые круизы, так и круизы на целый день. В регионе прекрасные возможности для рыбалки на порогах, озерах и прудах. Летом 2010 года здесь открылась деревня мышонка Хилариуса. Здесь дети могут встретить разных сказочных персонажей и посмотреть музыкальную пьесу. Ребятам будет интересно посетить фирменный магазин шоколадной фабрики «Панда» и единственный в мире вырубленный в скале планетарий. Семьи с детьми не смогут пройти мимо парка приключений «ХопЛоп», где можно прыгать на батутах, плавать в море из пластиковых мячиков и кататься с крутых горок. Также стоит посетить парк аттракционов Ноккакиви, парк приключений Пеуккуля и спа-центр Пеурунка. Помимо самого Ювяскюля, в регионе много интересных курортов для круглогодичного отдыха: Химос, Лаайвуори, Пеурунка, Суммассаари, Кеурусселья и Ревонтули. Достаточно сказать, что Химос – это самый популярный круглогодичный курорт южной части страны. Летом здесь организуется много музыкальных фестивалей, в которых выступают как финские, так и зарубежные артисты эстрады. Проходят здесь и другие интересные фестивали, например, чемпионат Европы по намывке золота. А еще в регионе есть объект, входящий в Список всемирного культурного наследия человечества ЮНЕСКО: старая деревянная церковь в Петяйявеси.



VisitFinland.com



CENTRAL FINLAND

СРЕДНЯЯ
ФИНЛЯНДИЯ

Тел.: +358 14 266 0113
Web: jyvaskylaregion.fi/travel



VIKING TRAVEL

Тел.: +7 (495) 232 5575
(Москва), +7 (812) 449 0370
(Санкт-Петербург)
Web: www.viking-travel.ru

Карнавальные мили

Продолжаем репортажи с борта круизного лайнера **Royal Princess** о путешествии вокруг британских островов



25 АВГУСТА, ВОСКРЕСЕНЬЕ. ИРЛАНДИЯ. ДУБЛИН

Стоим в городе. От порта до центра города – 20 минут езды на автобусах-шаттле. Есть длинные экскурсии на целый день к развалинам старинных кельтских поселений, но мы остались в Дублине. Город большой, красивый, со множеством соборов и церквей. Центр, как у всех европейских столиц – компактный и ухоженный. В отличие от Лондона здесь практически нет цветного населения. Все очень доброжелательны. Сегодня воскресенье, население разъехалось кто куда. Очень поразил Феникс-парк – огромный и старинный, со странным крестом в центре. В этом большом и красивом массиве находится резиденция президента Ирландии. Президент, кстати, женщина, и уже не первая. Все бы как везде, да вот складывается впечатление, что в этом парке собирается половина населения Дублина с детьми, колясками, машинами и едой. Люди загорают на газонах, устраивают пикники под деревьями, играют в поло и гольф. Райское местечко. Кроме того, складывается впечатление, что дом президента вообще не охраняется. Говорят, у нее в окне по ночам горит свеча, и каждый ирландец может прийти, поделиться своим горем или радостью. Вот как!

Тринити-колледж – старейшее высшее учебное заведение страны. Его полное официальное название – Колледж Королевы Елизаветы Святой и Нераздельной Троицы около Дублина. Как и во всех университетских городках, здесь много новых студентов. Архитектура колледжа времен вагантов. В библиотеке хранится книга VIII века – огромный, богато иллюстрированный манускрипт по истории ранних веков. Библиотека в Тринити очень длинная и большая, книг и документов больше, чем в Библиотеке конгресса США.

Собор Святого Патрика очень своеобразен, таких соборов мы еще не видели. Вообще в Дублине много такого, что характерно именно для здешних мест: от всеобщего поклонения зеленому трилистнику – символу Ирландии, до полного внутреннего неприятия ирландцами всего, что связано с Англией. Сложно им жить рядом.

Прощаемся с Ирландией и направляемся в Уэльс.

26 АВГУСТА, ПОНЕДЕЛЬНИК. УЭЛЬС

Переход от Дублина до небольшого острова, входящего в Уэльс, – недлинный, поэтому ушли из Ирландии в 24.00, а в 6.00 уже были у хмурого побережья этой части Великой Британии.

Сразу о разнице. Опять свой язык, не похожий на английский. Надписи на двух языках везде, прочитать уэльский вариант – ну очень сложно! Взять хотя бы «простое» название железнодорожной станции: кто сосчитает, сколько букв в этом слове и как они повторяются, тот поймет, что такое западный

Уэльс. Очень много овец, практически нет обработанных полей. Мы были не в главной части Уэльса, а на острове Англси, гористом и каменистом.

Порт Холихед, где мы стояли на тендере, – третий по значимости в Британии, он связывает Ирландию и Уэльс. Населяли Уэльс родственные ирландцам и шотландцам кельтские племена. Поэтому и языки у них похожи, и обычаи, поэтому и англичане для них до сих пор – незваные гости.

Princess встала на якорь километрах в двух от берега, до которого мы добрались на «шаттлах», спущенных с нашего белого корабля. Эти катера – спасательные боты, рассчитанные на 100 человек. Судходные, вместительные, надежные и комфортные. Нас встречали с флагами Уэльса и ковровыми дорожками на пристани. Толпы американских туристов поехали узнавать, что кроме фортов на Диком Западе, где самыми лютыми врагами ковбоев были индейцы, существовали еще – притом задолго до этого – европейские страны со своими вековыми традициями, архитектурой и культурой.

Очень интересно наблюдать, как округляются глаза «первобытных» американцев, когда они видят все, что создала европейская культура. Они начинают задавать гидам разные вопросы: а правда, что тут жили люди, а не солдаты (это о замках), а как это правильно произносить и так далее.

Ехали час на экскурсионном автобусе и приехали к замку Карнарвон, построенному в 1276 году. Карнарвон возводился одновременно с замком Константинополя, поэтому ряд архитектурных элементов у них похож.

Представляет, Второй Рим – Константинополь пал, разбит и разграблен, а Карнарвон стоит и хорошеет. Замок включен в список объектов Всемирного культурного наследия человечества ЮНЕСКО. Здесь родился король Англии Эдуард II. С тех пор каждый английский принц обязательно носит титул принца Уэльского. Принц Чарльз короновался как принц именно в этом замке в 1969 году. Он выучил валлийский, чтобы разговаривать с подданными на их родном языке.

Замок очень большой и рациональный, много башен, высокие двойные стены. Внутри располагался маленький город. С одной стороны море, с другой – река, замыкает кольцо глубокий ров. Переделанных помещений нет, только музей в одной из башен, в который вложил деньги сам принц. Посередине сейчас большой стриженный газон. Стоит ехать так долго, чтобы увидеть такое средневековое сооружение в натуральном виде.

В замке два часа показались малостью, но экскурсия закончилась и мы вернулись на корабль, довольные и уставшие. Все разберлись по своим делам – на ужин, в театр, казино, музыкальные холлы, спортивные залы и спа-центры. Еще есть бутки и библиотека, кинотеатр и сауна, масса баров, бистро.

Курс на Шотландию, в Глазго. Волнение моря – слабое, температура вечером – плюс 12 градусов, ветер – легкий северный Breeze.

МАКСИМ И ЛЮДМИЛА РАДИОНОВСКИЕ
ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ

РУССКОЯЗЫЧНЫЕ ГРУППЫ
ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ



КРУИЗЫ ОТ БРИЗА

7 ИЗ 10 ЛЮБИТЕЛЕЙ КРУИЗОВ
В РОССИИ ПРЕДПОЧИТАЮТ
ПУТЕШЕСТВОВАТЬ С НАМИ



ЖДЕМ ВАС НА ВЫСТАВКЕ

МИТТ 2012 – «ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ»
С 21 ПО 24 МАРТА (СТ. М. «ВЫСТАВОЧНАЯ»)
ЭКСПОЦЕНТР | ПАВИЛЬОН 2, ЗАЛ 2, СТЕНД 2233

ПРИГЛАШАЕМ НА КОНФЕРЕНЦИЮ

«КРУИЗЫ НА АМЕРИКАНСКИХ ЛАЙНЕРАХ»
20 МАРТА (СТ. М. «ЮГО-ЗАПАДНАЯ»)
ГОСТИНИЦА «САЛЮТ»

PRINCESS CRUISES
от \$ 699
20.999 руб.

ЛАЙНЕР RUBY PRINCESS 5* LUX
Майские в Средиземноморье 8 дней
29 АПРЕЛЯ – РУССКАЯ ГРУППА + НАШ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ
ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
О. МАДЕИРА / ПОРТУГАЛИЯ – РИМ – ПИЗА / ФЛОРЕНЦИЯ – НИЦЦА / МОНТЕ-КАРЛО – БАРСЕЛОНА (ИСПАНИЯ)

PRINCESS CRUISES
от \$ 1640
40.999 руб.

ЛАЙНЕРЫ RUBY / CROWN PRINCESS 5* LUX
Большое Средиземноморье 13 дней
06 и 30 МАЯ, 10 АВГУСТА, 09 СЕНТЯБРЯ
РУССКАЯ ГРУППА + НАШ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ
ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ ВО ВСЕХ КРУИЗАХ
БАРСЕЛОНА – НИЦЦА / МОНТЕ-КАРЛО – ПИЗА / ФЛОРЕНЦИЯ – РИМ – НЕАПОЛЬ / ПОМПИИ – О. МИКОНОС (ГРЕЦИЯ) – СТАМБУЛ – ЭФЕС (ТУРЦИЯ) – АФИНЫ – ВЕНЕЦИЯ (2 ДНИ)

Carnival
от \$ 849
24.999 руб.

ЛАЙНЕР CARNIVAL BREEZE 5* STD
Лас-Вегас в Европе 13 дней
03 и 27 ИЮНЯ, 09 ИЮЛЯ, 02 АВГУСТА, 09 СЕНТЯБРЯ
РУССКИЕ ГРУППЫ + ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
БАРСЕЛОНА – МОНТЕ-КАРЛО – ПИЗА / ФЛОРЕНЦИЯ – РИМ – НЕАПОЛЬ / ПОМПИИ – ДУБРОВНИК (ХОРВАТИЯ) – ВЕНЕЦИЯ (2 ДНИ) – О. СИЦИЛИЯ (ИТАЛИЯ) – БАРСЕЛОНА

CUNARD
от \$ 1299
38.999 руб.

ЛАЙНЕРЫ QUEEN MARY-2 5(6)* LUX
Норвежские фьорды с королевой из Гамбурга 8/11 дней
13 МАЯ, 15 ИЮЛЯ, 12 АВГУСТА
РУССКИЕ ГРУППЫ + ЭКСПУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
ГАМБУРГ (ГЕРМАНИЯ) – БЕРГЕН (НОРВЕГИЯ) – ТРОНХЕЙМ – ХОННИГСВОГ – ТРОМСЕ – ОЛЕСУН (НОРВЕГИЯ) – ГАМБУРГ (ГЕРМАНИЯ)

PRINCESS CRUISES
от \$ 1499
45.999 руб.

ЛАЙНЕР CARIBBEAN PRINCESS 5* LUX
Британские острова 13 дней
14 и 26 МАЯ, 07 ИЮНЯ, 08 ИЮЛЯ
01 и 13 АВГУСТА – ПАРАД ВОЕННЫХ ОРКЕСТРОВ
РУССКИЕ ГРУППЫ + ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ
ЛОНДОН (АНГЛИЯ) – О. ГЕРНСИ (АНГЛИЯ) – КОРК (ИРЛАНДИЯ) – ДУБЛИН – ЛИВЕРПУЛЬ – ВЕЛФРАСТ (СЕВ. ИРЛАНДИЯ) – ГЛАЗГО / ЭДИНБУРГ (ШОТЛАНДИЯ) – ЛОХ-НЕСС – ПАРИЖ – ЛОНДОН (АНГЛИЯ)

PRINCESS CRUISES
от \$ 1499
45.999 руб.

ЛАЙНЕР CARIBBEAN PRINCESS 5* LUX
Исландия и Норвежские фьорды 13 дней
20 ИЮЛЯ – РУССКАЯ ГРУППА + ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА БОРТУ
ЛОНДОН (АНГЛИЯ) – БЕРГЕН (НОРВЕГИЯ) – ОЛЬДЕН – ХЕЛЛЕСИЛЬТ / ГЕЙРАНГЕР – ОЛЕСУН (НОРВЕГИЯ) – АКУРЕЙРИ (ИСЛАНДИЯ) – РЕЙКЯВИК – ЛОНДОН (АНГЛИЯ)



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

КРУИЗНАЯ КОМПАНИЯ BREEZE LINE – ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ КРУИЗНЫХ КОМПАНИЙ





Клиенты выбирают надежность

О своих ожиданиях в предстоящем сезоне и новых тенденциях на рынке речных круизов рассказывают эксперты «ТБ»

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

В последнее время клиенты стали гораздо больше внимания уделять вопросам безопасности судоходства. Если раньше ценовой фактор имел едва ли не решающее значение при выборе теплохода, то сейчас на первый план выходит репутация перевозчика и общее состояние судна.

Директор по внутреннему туризму компании «ВодоходЪ» **Андрей СМОЛИН** До 2011 года многие любители круизного отдыха готовы были закрыть глаза на посредственное техническое состояние теплохода и его внешний вид, ориентируясь на низкую цену и интересный маршрут. Теперь они предпочитают заплатить больше, получив гарантию надежности, либо просто выберут менее продолжительный и, как следствие, менее дорогой круиз, но на качественном теплоходе и от надежного оператора. До наступления основного сезона продаж речных круизов, который стартует в конце марта, повышенным спросом пользуются продолжительные и необычные маршруты. Это связано с тем, что основные наши потребители в межнавигационный период – постоянные клиенты, которые были в стандартных рейсах неоднократно. Самая важная новость для нас и, полагаю, для всего круизного рынка в целом – это объединение крупнейших круизных компаний «ВодоходЪ», «ВодоходЪ – Санкт-Петербург» и «Волга – Флот – Тур», которые входят в навигацию 2012 года под единым брендом «ВодоходЪ». Обновленная компания, помимо прочего, является владельцем и оператором 26 четырехпалубных пассажирских теплоходов. На сегодняшний день это крупнейшая речная флотилия в России и одна из крупнейших в мире. Пола-

гаю, что главной тенденцией, определяющей развитие круизного сезона 2012 года, станет ужесточение требований к безопасности судоходства как со стороны контролирующих и надзорных органов, так и со стороны клиентов судоходных компаний.

Заместитель генерального директора по туризму компании «Мостурфлот» **Светлана ГОНЧАРОВА** Одной из главных тенденций нового сезона является появление на российском рынке круизных теплоходов очень высокого класса. Они прошли глобальную модернизацию, обновлены на 70–90% и отвечают современным международным требованиям как по безопасности, так и по уровню комфорта и качеству обслуживания. Это суда компаний «Мостурфлот» и «ВодоходЪ» «Княжна Виктория», «Александр Блок», «Мстислав Ростропович». На середину февраля на майском круизе теплохода «Княжна Виктория» было 83% выкупленных кают, на теплоходе «Александр Блок» – 55%. Наибольшим спросом традиционно пользуются круизы в Санкт-Петербург, «кругосветка», Пермь – Уфа, Астрахань, праздничные круизы, круизы по Оке. Из-за постоянно растущей конкуренции круизные компании прилагают максимум усилий для повышения качества обслуживания на теплоходах, ввода новых проектов, повышения уровня сервиса при продажах. Сегодня большая часть операторов перешла на онлайн-бронирование и онлайн-продажи. Для агентств регулярно проводятся обучающие вебинары и семинары. Хорошо бы еще погода не подвела, стоимость топлива не повысилась, достаток наших граждан рос быстрее инфляции, и в стране были бы стабильность и благоденствие.

Директор по продажам и маркетингу круизной компании «Инфлот» **Андрей МИХАЙЛОВСКИЙ** По сравнению с прошлым годом на рынке речных круизов есть существенные изменения во всех регионах: пришли новые теплоходы, сменились ведущие туроператоры. Это, конечно, вносит свежесть в отрасль в целом. Традиционно высоким спросом пользуются круизы выходного дня из крупных городов (Москва, Петербург, Самара), круизы из Москвы в Петербург, Самару, Елабугу, Астрахань и Ростов-на-Дону, круизы на Соловки, а также круизы из «Золотой коллекции» нашей компании. Важно, что в преддверии навигации 2012 года мы начали работу с двумя новыми теплоходами, которые много лет перевозили иностранных туристов, – «Фурманов» и «Маяковский», а также взяли в долгосрочную аренду (без экипажа) теплоходы «Папанов» и «Никулин», что позволит вывести сервис на этих судах на новый уровень. Продолжаем «растить» свои представительства в регионах. В феврале мы открыли офис в Ростове-на-Дону, чтобы быть поближе к нашим клиентам и агентам из южных городов, – Краснодар, Ставрополя, Сочи, Новороссийска. Мы совершенствуем свои IT-инструменты, применяемые в работе с агентами, – систему онлайн-бронирования booking.infoflot.com и партнерскую программу Riverlines.ru. Появились новые маршруты, например, «Золотая коллекция круизов». Стоит особо отметить новаторский круиз «На Вятку» теплохода «Василий Чапаев». На этой реке – правом притоке Камы – круизы раньше не выполнялись.

ТБ

ЗОЛОТАЯ КОЛЛЕКЦИЯ КРУИЗОВ

1. На Вятку
2. Притоки-2012
3. Малые города Средней и Нижней Волги и Оки
4. Северное ожерелье
5. Золотое кольцо России
6. Жемчужины Ладоги
7. Северный гранд-круиз
8. Семейный круиз
9. На Суру
10. Северные жемчужины
11. Осеннее золотое кольцо
12. Памятники деревянного зодчества



ПРИГЛАШАЕМ ПОСЕТИТЬ НАШ СТЕНД НА ВЫСТАВКЕ МИТТ - 2012 павильон № 1, стенд 1-207

ВодоходЪ

МОСКВА • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ • НИЖНИЙ НОВГОРОД • САМАРА

тел.: (495) 223-9608 (для туристических агентств) www.vodohod.com тел.: (495) 730-5885 (для физических лиц)

RiverLines
ЕДИНЫЙ ЦЕНТР БРОНИРОВАНИЯ РЕЧНЫХ КРУИЗОВ

ВСЕ КРУИЗЫ РОССИИ НА ВАШЕМ САЙТЕ! БЕСПЛАТНО!

ОКОЛО 2000 АГЕНТСТВ УЖЕ РАБОТАЮТ С НАМИ!
НОВЫЙ ВНЕШНИЙ ВИД ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЫ,
ИНДИВИДУАЛЬНАЯ НАСТРОЙКА!

Быстро, удобно, выгодно!


Просто зарегистрируйтесь на www.riverlines.ru
Бесплатная горячая линия для агентств:
8-800-100-75-10

РЕЧНЫЕ КРУИЗЫ

(495) 220170222
www.mosturflot.ru


МОСТУРФЛОТ КОМПАНИЯ

ВИА МАРИС



Морские круизы


Дегустируйте мир с нами



Круизы по всем регионам от всех круизных компаний

Телефон / Факс:
 +7 (495) 565-34-37 (многоканальный)
 +7 (495) 661-21-15
 +7 (343) 287-07-71 Екатеринбург
 8-800-555-04-13 (бесплатный)

www.viamaris.ru



Труженник моря

Круизный порт норвежского города Ставангер бьет рекорды по обслуживанию туристов

ТЕКСТ СВЕТЛАНА ФУНТУСОВА

Разработчик круизных маршрутов Андерс БАНГ-АНДЕРСЕН в порту Ставангера



Сейчас круизный порт Ставангера рассчитан на прием 300 тысяч пассажиров в год, но уже в ближайшее время турпоток должен превзойти этот показатель. Разработчик круизных маршрутов **АНДЕРС БАНГ-АНДЕРСЕН** рассказывает о планах на лето 2012 года.

Андерс, какова сейчас ситуация в порту? В прошлом году Ставангер посетили свыше 215 тысяч круизных пассажиров при средней загрузке лайнеров в 93%. В этом году мы планируем принять 330 тысяч человек. Для этого есть резервные площади. Пристань Консертхускайен вводится в эксплуатацию для нужд круизных лайнеров с июня. Здесь возможна стоянка пяти лайнеров одновременно. Первый круизный лайнер, который придет в наш порт уже 5 марта, – корабль «Бюдикка». Последним кораблем станет «Амадея», который прибудет 4 декабря. Июнь, июль и август – самые напряженные круизные месяцы. Четверг – это не просто торговый день, но и самый главный круизный день, на который будет приходиться основная нагрузка в период навигации. Например, в четверг 26 июля в город придут сразу 4 лайнера с 9982 пассажирами на борту, а в четверг 19 июля ожидается прибытие 9771 пассажира.

Кто ваши круизные туристы? В 2010 году, согласно опросам, 99% пассажиров остались довольны своим пребыванием в Ставангере. Из 215 тысяч гостей в прошлом году 73 тысячи человек были из Великобритании, 47 тысяч – из Германии, 19 тысяч – из Испании, 15 тысяч – из Италии и 9 тысяч – из США. В общей сложности наш город посетили пассажиры из 115 стран. Могу сказать, что они любопытны, бодр, носят красивую одежду и трезвы. Первый корабль компании Holland American Lines посетил Ставангер в 2009 году, в этом году в порт зайдет уже 13 судов этой компании. Есть у нас и новая паромная компания – Cruiseand Maritime Voyages, лайнеры которой в 2012 году зайдут в Ставангер шесть раз. Особым поводом для радости станет тот факт, что в этом году к нам снова придет пассажирское судно компании Royal Caribbean Cruiseline, в последний раз гостившее в Ставангере в 2007 году. Приход корабля в гавань – это признак весны, точно так же, как и появление на севере перелетных птиц.

Встречаемся на Квинкватрии

В 2011 году на рост рынка образовательного туризма повлияли не столько мировые события, сколько ситуация в самой России

ТЕКСТ СВЕТЛАНА ФУНТУСОВА

Ежегодно в марте в Древнем Риме широко праздновались Квинкватрии, посвященные богине мудрости Минерве. Она покровительствовала ремесленникам, врачам и художникам, учителям и школьникам. Чем живет образовательный рынок накануне «исторического праздника»? К сожалению, тенденции и изменения в российской системе образования заставляют все больше людей задуматься о том, чтобы учить своих детей в другой стране. В этом году большим событием станет Олимпиада в Лондоне. Для многих образовательных компаний британская столица – одно из ключевых направлений. Следовательно, участникам образовательного рынка событие несет скорее тревогу, чем позитивные ожидания. Так считает директор по маркетингу компании «Инсайт-Лингва» Анастасия Романенко. Она отмечает, что большой интерес к Олимпиаде, скорее всего, автоматически повлечет за собой сложности с авиаперевозкой и увеличение сроков оформления виз. Так же тревожно, хотя и не без оптимизма, смотрит на наступающее лето руководитель отдела продаж компании «Элитур Клуб» Наталья Розова: «В каждом новом сезоне мы вынуждены чего-то опасаться и ожидать: то углубления кризисов, то эпидемий, то извержения вулканов, то очередных всплесков законотворчества зарубежных или наших чиновников. К сожалению, в последние годы все, связанное с образовательным бизнесом, только усложнялось. В этом году мы не исключаем очередных проблем с визами из-за Олимпиады в Лондоне, поскольку обстановка в столице Великобритании будет непростая в связи с наплывом любителей спорта. Очень надеемся, что наши зарубежные партнеры справятся со всеми трудностями». В настоящее время, как рассказывает Наталья Розова, ситуация на образовательном рынке относительно стабильна. Спрос на учебные программы не снижается. Все больше людей понимают, что расходы в этой области – это удачное вложение капитала, ведь хорошее образование всегда ценится на рынке труда. В последние годы заметно вырос спрос на высококачественные образовательные услуги, интенсивную язы-

ковую подготовку, специальные или авторские учебные программы. Увеличивается количество студентов, изучающих не один, а несколько иностранных языков, готовых выехать на комплексные или долгосрочные учебные программы. За последние годы изменились и сами студенты. Они стали гораздо более информированы и взыскательны. Все больше людей приходят с вполне определенными пожеланиями, точно знают, чего они хотят. Многие студенты начинают свою зарубежную учебу уже не с нуля, а имея за спиной определенный опыт. Кроме того, часть клиентов побывала в разных странах и теперь ищет что-то новое и необычное. Интернет сделал информацию гораздо более доступной, так что у каждого есть возможность провести свое собственное исследование рынка, прежде чем обратиться в определенную компанию. «В последние годы существенно вырос интерес к долгосрочному академическому обучению, – делится своими наблюдениями Анастасия Романенко. – Причем, если раньше студент, окончивший школу, должен был сначала на год ехать изучать иностранный язык и только потом мог поступить в университет или колледж за рубежом, то теперь, благодаря популярности каникулярных программ, большинство клиентов уже довольно хорошо владеет хотя бы английским языком к моменту окончания средней школы. Что касается алгоритмов работы, опять же благодаря интернету, мы получаем все больше запросов в электронной форме, а наши ответы и консультации по подбору программ теперь представлены не в виде брошюр учебных заведений, а в виде ссылок на их сайты». «География клиентов давно вышла за пределы крупных городов, – добавляет Наталья Розова. – Все чаще приходят иностранные граждане, работающие в России, желающие отправить своих детей на учебу за рубеж».



ТОП-10 ПОПУЛЯРНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

»» Служба исследований компании HeadHunter выяснила, какие зарубежные страны наиболее привлекательны для молодых россиян при получении высшего образования. В онлайн-опросе приняли участие около 1,7 тысячи человек.

1. США
2. Германия
3. Австралия / Великобритания
5. Канада
6. Япония
7. Франция
8. Нидерланды
9. Китай
10. Швеция

КОММЕНТАРИИ

SLOVA В ЛОНДОНЕ

»»» Британская сеть книжных магазинов Waterstones в феврале 2012 года открыла магазин русской книги на улице Пикадилли в Лондоне. Новый магазин называется Slova. Здесь будет продаваться около пяти тысяч наименований книг, все продавцы будут русскоговорящими. Под магазин выделено помещение площадью свыше 110 квадратных метров. Книги на русском языке будут поставляться из России, но в «Словах» также можно будет купить книги о России или российских авторов на английском языке.



Директор по маркетингу компании «Инсайт-Лингва» **Анастасия РОМАНЕНКО**

Прошлый год был вполне успешным. Наши ожидания оправдались: рост турпотока составил 20%. Всего в 2011 году нашими услугами воспользовались почти 2000 человек. Как обычно, в этом году наши основные направления для групп – Великобритания, Мальта, США, Ирландия. Продажи уже идут полным ходом, особенно в Великобританию (не в последнюю очередь по причине олимпийского ажиотажа). Мы также включили в этот список Кипр – программа с изучением английского языка была успешно обкатана нами в прошлом году, на лето 2012 года мы собираемся отправить туда несколько групп. Из новинок мы хотим обратить внимание наших клиентов и партнеров на необычные путеше-

ствия: они смогут удивить даже такого туриста, который уже везде бывал и все видел. Примеры программ: изучение английского языка во время круиза по островам Карибского моря, английский язык плюс 10-дневный поход по заповедникам Южной Африки, английский язык плюс йога в Гоа. Особое внимание хотелось бы уделить курсам «50+» – языковое обучение, совмещенное с насыщенной культурной и развлекательной программой для людей старшего возраста. На данный момент наши прогнозы весьма позитивны. Будем надеяться, что никакие природные или политические катаклизмы не испортят летний сезон.



Руководитель отдела продаж компании «Элитур Клуб» **Наталья РОЗОВА**

В целом мы довольны результатами своей работы в 2011 году. Однако прошедший сезон для нашей компании выдался довольно напряженным. Это связано, с одной стороны, с заметным оживлением рынка, а с другой – с очередными проблемами по своевременному получению визовых документов и затянувшейся неопределенностью в туристическом законодательстве.

Не оправдались прогнозы экспертов, заявлявших в начале года о возможном срыве сезона из-за революций, развала еврозоны, углубления кризиса и т.д. Все произошло с точностью до наоборот. По сравнению с прошлым годом набор в групповые поездки значительно увеличился – почти на 37%, количество запросов по индивидуальным программам тоже выросло, хотя и не в таком объеме. Значительная часть новых клиентов приходит по рекомендациям прошлогодних.

Основные программы нашей компании, предлагаемые в новом сезоне, можно увидеть на сайте elitour.com, а детали – уточнить у менеджеров в центральном офисе на Тверском бульваре, офисе на Ленинградском проспекте или по телефону. Наиболее популярные групповые программы для школьников и студентов предлагаются в Великобритании, США, Швейцарии, Ирландии. Наши агентства-партнеры есть практически в каждом крупном российском регионе. За 18 лет работы на рынке у нас сложилась вполне многочисленная и лояльная нам агентская сеть.

На стажировку

Самыми популярными странами для стажировки у российских студентов и выпускников стали Германия, Великобритания и США, – утверждают специалисты портала Sageer.ru. Они проанализировали 286 тысяч резюме молодых специалистов с опытом работы менее года, искавших работу на портале в 2011 году. Из них только 1,2% (3432 человека) могли похвастаться тем, что учились или стажировались в другой

стране. Из этих людей опыт стажировок в Германии имеют 22% (767 человек), в США – 15% (517 человек), в Великобритании – 13% (432 человека). Директор международного направления Begin Group Алла Жаворонкова отмечает: «Это связано в первую очередь с тем, что в Германии до сих пор образование бесплатное, стажировки входят в программу обучения, а студенческая виза дает право на работу.»

ПТИЦА В РУКАХ

»»» Компания BSI Group приглашает на седьмую ежегодную выставку «Будущее в ваших руках», которая пройдет 18 марта 2012 года в гостинице «Новотель Москва-Центр» по адресу Москва, ул. Новослободская, д. 23. Мероприятие ориентировано на родителей и детей, студентов и молодых специалистов, – всех, кто думает о своем будущем. Лучшие зарубежные партнеры компании BSI Group придут из Великобритании, Ирландии, Мальты, Швейцарии, Кипра, Германии и других стран мира. На выставке можно будет подробно ознакомиться с разнообразными программами зарубежного образования, встретиться и проконсультироваться с представителями учебных заведений, забронировать интересные программы со скидками, получить каталоги и проспекты, принять участие в лотерее и выиграть главный приз – бесплатную поездку на обучение в один из зарубежных образовательных центров. В рамках выставки будут представлены следующие программы образования за рубежом: программы изучения иностранных языков для школьников и студентов в дни каникул, курсы иностранных языков для молодежи и взрослых, подготовка к поступлению в университеты, магистратура, MBA.

17 ЛЕТ В МЕЖДУНАРОДНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Каникулы за рубежом

Изучение **настоящего** английского, французского, немецкого, испанского на **родине** языка:

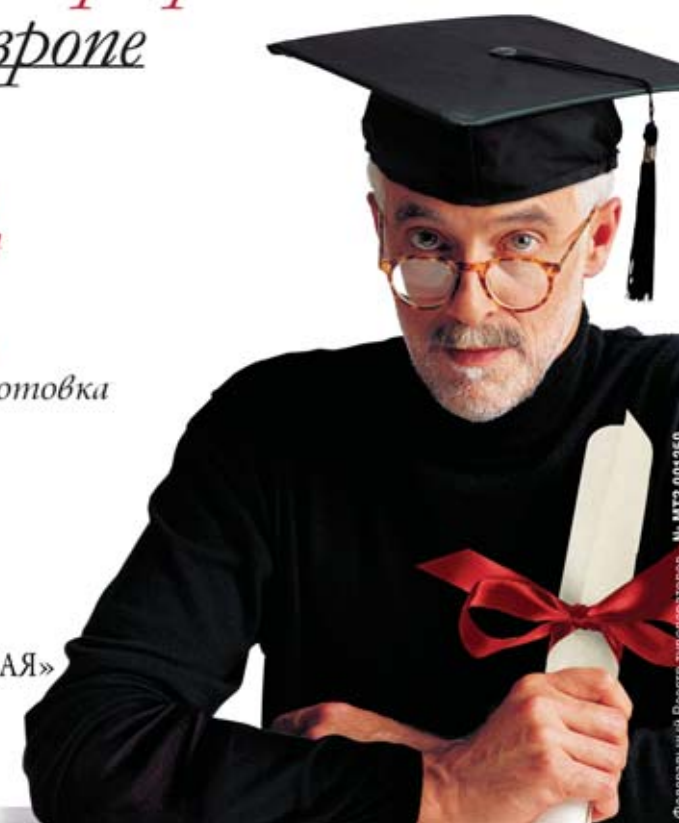
- с экскурсионной **или** спортивной развлекательной программой
- в столице **или** очаровательной провинции
- у моря **или** в горах
- самостоятельно **или** с родителями
- с группой **или** индивидуально

Академические программы в Западной Европе и США:

- средние школы и колледжи
- подготовка в университет
- высшее образование
- специальное образование
- повышение квалификации
- специальная языковая подготовка



РОССИЯ, МОСКВА,
М. «АРБАТСКАЯ»/«ПУШКИНСКАЯ»
ТЕЛ.: (495) 921 4146, 629 3676
E-MAIL: INFO@ELITOUR.COM
WWW.ELITOUR.COM



ИНСАЙТ-ЛИНГВА
обучение за рубежом

Для молодежи и взрослых

- Языковые курсы в 28 странах
- Подготовка к поступлению в зарубежный университет
- Бакалавриат, магистратура, MBA
- Профессиональные курсы

Для детей и подростков

- Комплектуемые группы: США, Великобритания, Ирландия, Мальта, Кипр
- Программы для готовых групп
- Индивидуальные программы: Язык + Экскурсии / Море / Спорт
- Художественная школа в Лондоне
- Курсы для детей и их родителей
- Школы-пансионы и колледжи

www.i-l.ru

ИНСАЙТ-ЛИНГВА 20 лет с вами!

Мы ждем Вас на весенних выставках Region Club в городах: Уфа, Казань, Самара, Тюмень

Страны обучения		
Австралия	Испания	Нидерланды
Австрия	Италия	Новая Зеландия
Бельгия	Канада	США
Великобритания	Кипр	Франция
Германия	Китай	Швейцария
Ирландия	Мальта	ЮАР

Москва (495) 795-0922	Санкт-Петербург (812) 495-6479	Калининград (4012) 59-3059
---------------------------------	--	--------------------------------------

Компания «Комильфо», Тверь



»» Турфирма «Комильфо» открылась в 1998 году. Мы занимались выездным туризмом, организацией программ для школьников и экскурсионных туров по России, принимали туристов в Тверской области, разрабатывали новые маршруты и туры. Выбирая для своей компании название «Comme il faut» – в переводе с французского «Только так!», мы вкладывали в это выражение смысл высокого качества и надежности наших услуг. «Только такого» качества туры мы и продаем. За годы работы на туристическом рынке мы приобрели немало постоянных клиентов, которые ценят нас за профессионализм, честность и надежность. Мы – это я и моя любимая жена Наташа. Это наш семейный бизнес.

Понедельник

Рабочее утро традиционно начинается дома. Семейный бизнес на то и есть семейный, что ты в нем 24 часа, не переключаясь. За завтраком решаем, что необходимо срочно сделать сегодня. В 9.00 открывается налоговая инспекция, я должен быть первым, чтобы зарегистрировать кассовый ЭЛКЗ (что за ерунду устраивают каждый год!), а жена остается дома готовить ужин: знаем, что с работы вернемся поздно. В очереди оказываюсь третьим, стою час. Возвращаюсь домой, забираю Наташу и бегом в офис. По дороге звонят из комитета по туризму области и просят срочно дать мои вопросы для губернатора по проблемам туризма. Великая вещь – громкая связь в машине! Можно и баранку крутить, и вопросы задавать. Не успел доехать до работы – второй звонок, теперь из городской администрации. Спрашивают, как обстоят дела с «Поездом счастья» и где лучше разместить в городе смотровую площадку. Подъезжаем к офису. Здесь работа уже идет полным ходом. У всех международных сидят клиенты. Отлично! Зимой, да в морозный понедельник. Молодцы. В российском отделе тоже все при деле. Анна Георгиевна принимает отчет экскурсоводов за выходные, Алевтина в «аське» ведет переговоры с рижскими партнерами, Женя по телефону рассказывает клиен-

там о наших предложениях на выпускные вечера для школьников, а Лена уже подписала договор с туристом на санаторий в Белоруссию. К обеду посетителей становится меньше. Значит, можно провести планерку в «Золотом пути». Подводим итоги туров в выходные, просматриваем полученные заявки, решаем, кого куда поселить, намечаем работы по подготовке к Масленице. До 17.00 надо успеть на склад, чтобы купить комбикорм для наших фермерских любимцев. Два года назад мы приобрели участок земли на берегу небольшой чистой речки Кава. Сейчас создаем здесь агротуристическую ферму. Назвать решили ее «Ивановка», ведь мы же Ивановы и полстраны у нас Ивановы. С прошлого лета принимаем здесь туристов – были медики, школьники, железнодорожники, работники московского метро и «Аэрофлота». Все остались довольны нашими просторами и русским радушием. Для наших гостей мы построили большую крытую беседку на 80 человек. Предложили несколько новых программ – «Русская рубашка», «Кто в яичке живет», «В поисках синей птицы». Лидер продаж – программа «В гости к Тверскому Козлу» получила от архитектора Образцова новый колоритный экспонат – четырехметровую фигуру козла. Самое главное, у нас теперь есть настоящие живые козлы Яшка и Кеша, козочки Зойка и Белочка. Дети и взрослые очень любят их кормить и фото-

графироваться с ними. Но нам, конечно, хлопот прибавилось. Ведь это целое хозяйство. А еще у нас есть куры, гуси, индоутки, черная кошка Мурка и любимец туристов – собака Бим. Когда приезжаешь на ферму, отдыхаешь душой и не замечаешь усталости от физической работы. Наоборот, заряжаешься энергией и получаешь массу положительных эмоций. В новый год в Ивановку в гости к Тверскому Козлу приехал Йоулупукки, что в переводе с финского означает «Рождественский Козел». Он дарил детям не только сладкие подарки, но и волшебные шишки, которые исполняют желания. В 18.00 приходят благодарные туристы, вернувшиеся из Чехии,

приносят торт. Мы всем офисом садимся пить чай. Дома за ужином – совещание по системе организации труда международного направления.

Вторник

В 8.00 надо ехать на другой конец города за готовым баннером. График наших сборных туров на ближайший месяц мы вывешиваем на фасаде офиса. Люди стоят на остановке или смотрят из троллейбуса и узнают о наших программах. Потом – на ферму, надо отвезти купленный вчера комбикорм. Снег прибывает, а дрова и сено убывают. Еще хлопоты... Дал задание сторожам расчищать площадки на Масленицу, а от них получил заказ на дрова. В 11.00 приезжаем в офис. Работа, как всегда, кипит. Поступило сразу несколько заявок на прием иностранцев. Из Питера едут шведы, из Москвы немцы, из Ярославля японец. Кто на один день, а кто на пять по области. Сегодня прямо «День иностранных гостей». Хотя это только заявки, сроки туров разные. После обеда приходит руководительница фольклорного коллектива Светлана. Обсуждаем масленичную программу. Она долго не может взять в толк, что же мы именно от нее хотим, а когда понимает – приходит в восторг. Определяем, какой нужен реквизит,

прикидываем хронометраж, расписываем площадки. Международные туры сегодня оказались востребованы – Светлана оформила туристов на Мальдивы и в Париж, Наташа рассчитывала сложный индивидуальный тур по Европе, Ирина продала круиз по Латинской Америке. Вечером дома с сыном вносим изменения в программы на один из наших сайтов.

Среда

Рано утром раздастся звонок на мобильный телефон. Через час приедет съемочная телевизионная группа. Хотят записать интервью насчет ситуации с «Лантой». Срочно еду в офис, хотя были другие планы. Снимают. Разъясняю, что тверские агентства не виноваты, объясняю порядок действий пострадавших туристов и условия обращений в страховую компанию. Проверяю почту финского Деда Мороза и читаю первое уведомление от туриста, что его желание исполнилось – волшебная шишка помогла! После обеда еду в Спецавтохозяйство для продления договора на вывоз мусора из офиса. Он срочно потребовался для сдачи отчета по экологии. Заодно везу принтер в ремонт, а ткань и атласные ленты – мастеру по пошиву костюмов. Дома после ужина, совмещенного с производственным совещанием, начинаю заниматься новым хобби – выпиливать лобзиком резные наличники на ферму. Так здорово что-то делать собственными руками. Жалко, что пилить можно только до 23.00. Все ложатся спать.

Четверг

Сегодня утром клиентов нет совсем. Наверное, замерзли, ведь на улице минус 26 градусов. Значит, есть возможность пообщаться с менеджерами по поводу «Ланты» (хорошо, что мы с ней не работаем). Обсуждаем серьезный вопрос по подбору туроператоров на предстоящий сезон, продумываем маркетинговые ходы и внутрикорпоративные мероприятия. Во время совещания звонят из Москвы – из ассоциации «Опоры России», сообщают что мы являемся победителями в конкурсе «Бизнес-успех 2011» и спрашивают, приедем ли на награждение в понедельник? Конечно! Ведь это первая награда за ферму «Ивановка». К тому же должно быть интерес-

»» С 2008 года компания поделила бизнес на агентский – турфирма «Комильфо» – и операторский – компания «Золотой путь». Коллективы компаний – это единая команда, которая работает над продвижением турпродукта Тверской области под брендом «Золотой путь России». Мы подумали, что хорошо было бы, чтобы территория между Москвой и Петербургом стала единой туристской зоной. А назвать это пространство решили «Золотой путь России». За создание и продвижение программы турфирма «Комильфо» награждена серебряной и золотой коронами международной премии «Лидеры туристической промышленности», золотой медалью Торгово-промышленной палаты РФ.

»» В субботу офис работает в дежурном режиме. Все при деле. Главный бухгалтер Елена в тишине оформляет баланс и заполняет бланки статистики. Я с 9.00 до 17.00 вместе с Ассоциацией менеджеров России и Ассоциацией выпускников президентской программы подготовки управленческих кадров сижу на форсайте и составляю стратегию развития России до 2030 года.

но – семинары, мастер-классы от корифеев бизнеса, круглый стол и вечерний прием с вручением наград. К обеду пошли клиенты. Совещание закончили. Пора ехать в отель «Оснабрюк». На сегодня я как председатель Тверского отделения РСТ назначил заседание. Как всегда, много вопросов для обсуждения. Всех волнует ситуация с «Лантой». Выяснилось, что в Твери достаточно много туристов попало в неприятную ситуацию, но всех членов нашего РСТ это не коснулось. Говорим о грядущих выставках, плане мероприятий на год, совместной рекламе. Как всегда, заканчиваем заседание вкусным ужином в банкетном зале ресторана отеля – лучшего в городе. Сегодня вечером домашнего совещания не будет.

Наталья

С раннего утра – уже на работе, ждем группу из Санкт-Петербурга. Они уже в дороге, позвонили и сказали, что их на два человека больше. Анна Георгиевна уже на телефоне, заказывает дополнительный номер, питание. Номер есть, питание заказано, экскурсовод ждет группу в назначенном месте, все в порядке! Но не тур-

то было, они просят заказать 20 букетов цветов – вечером идут в Академический театр поддержать своих актеров. Мы ищем букеты для группы, наконец договариваемся. Группа придет – сами выберут и выкупят цветы. Звонит экскурсовод Марина Геннадьевна: группу встретила, все по плану. Вечером – совещание по подготовке к «Купеческому каравану». Уже шестой год подряд мы будем проводить этот фестиваль, но теперь он пройдет на нашей ферме. За эти годы фестиваль стал одним из знаковых событий туристской жизни Тверской области, его не раз посещали первые руководители региона. Как обычно, все участники фестиваля смогут продемонстрировать услуги и товары за игровые деньги, специально изготовленные для этого, участвовать в конкурсных программах. Банк производит обмен игровой валюты, устанавливает курсы продажи и покупки, ведет учет счетов участников соревнований, подводит итоги конкурсов и ставит визы – производит отметку в паспортах путешественника о посещении фестиваля.

ДНЕВНИК ВЕЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «КОМИЛЬФО» **ВАЛЕРИЙ ИВАНОВ**

Уютный онлайн от Interhome

Швейцарская компания Interhome предлагает размещение в частных домах и апартаментах по всему миру. О том, как функционирует ее система бронирования и как к ней можно подключиться, рассказывает директор по продажам и маркетингу **НАТАЛЬЯ КУЛИГИНА**.



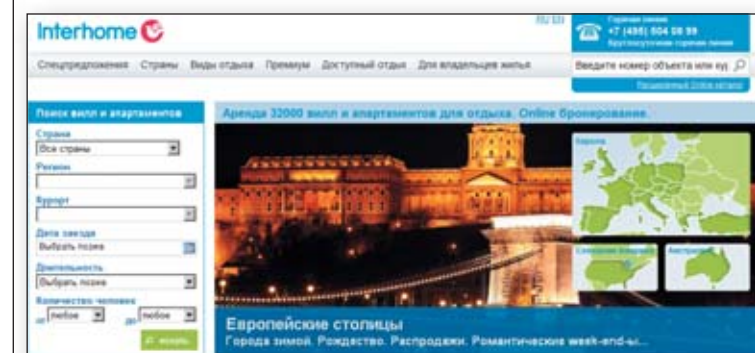
Наталья, как давно появилась ваша система бронирования? Наша компания существует уже почти полвека. И мы были первопроходцами в сфере онлайн-бронирования частных апартаментов. Первый вариант нашей системы бронирования появился еще в 1980-х годах. С тех пор она претерпела немало изменений и сегодня является одной из лучших в секторе аренды жилья для отдыха. По сути, Interhome – это одна

из глобальных систем бронирования, только для апартаментов и домов, а не для отелей. Важно, что это не конгломерат продукта от разных компаний-поставщиков. Это наш собственный продукт, наши контракты с владельцами жилья или с управляющими компаниями и наше же управление всем этим большим хозяйством. Система бронирования и огромный портфель предложений в 32 тысячи объектов поддерживается офисами в 30 странах по всему миру. Клиенты обслуживаются офисами на курортах или же так называемыми «кихолдерами» («держателями ключей» – людьми, ответственными за заселение туристов). То есть, забронировав у нас дорогой дом или, может быть, скромные, но при этом вполне милые апартаменты, турист не будет брошен на произвол судьбы. Interhome принадлежит известной швейцарской группе Hotelplan, технически и программно поддерживается лучшими специалистами.

Какие продукты и услуги включает ваша система бронирования? Главным образом это квартиры, виллы, коттеджи, шале от частных владельцев. С некоторыми из них мы уже работаем не один десяток лет. Они прекрасно знают потребности туристов, сотрудничать с ними легко и приятно. Но время идет, меняются хозяева, что-то продается. Поэтому каждый год у нас появляются новые контракты. Соответственно, в нашем онлайн вы видите свежие фото и подробные описания этих объектов. Достаточно большая доля нашего портфолио – резиденции и апартаменты. А также коттеджи в курортных комплексах с большой развитой инфраструктурой – идеальное предложение для тех, кто хочет пространства, но привык к некой «тусовке». В зависимости от типа объекта услуги, включенные в стоимость, тоже разные. Как правило, наши предложения включают проживание, все коммунальные услуги, белье, иногда – финальную уборку.

Как агентство может получить доступ к вашей системе бронирования? Для этого надо просто зарегистрироваться на сайте www.interhome.ru. Наши сотрудники свяжутся с вами и дадут полную информацию о сотрудничестве. Или приходите к нам во время выставки МПТТ-2012. Наш стенд расположен в секторе «Информационные технологии». Подробно ознакомиться с условиями сотрудничества и системой бронирования можно на сайте, в разделе «Партнерская программа». «Афилейты» – это раздел для интернет-партнеров. Сайты, предлагающие онлайн-бронирование различных услуг, туристические порталы, разные тематические порталы (для лыжников, автомобилистов, дизайнеров и т.п.) – это наши потенциальные партнеры. Им нужно просто разместить наш баннер с онлайн-поиском, чтобы получать свою комиссию с бронирований, пришедших с их сайтов. Традиционные туркомпании могут зайти в раздел «Туристические агенты». Здесь предусмотрены разные варианты кооперации – от простых баннеров и ссылок на сайте до полной интеграции. Получив ID и пароль, наши партнеры получают доступ к многочисленной документации.

Как функционирует ваша система бронирования, насколько она удобна и оперативна? Это не обычная система бронирования оператора, хотя официально мы имеем лицензию туроператора и являемся таковыми. По сути, наша система – глобальная система бронирования апартаментов, вилл, коттеджей. У нас реальный онлайн, и если вы видите, что этот дом свободен, значит, он свободен – его можно тут же оплатить и сразу же получить ваучер (при 100%-ной оплате). Конечно, у нас есть варианты по запросу, но в общем объеме предложений это не более 3–4%. Турфирмы могут интегрировать наш онлайн-каталог в свой сайт. Их клиенты тут же получают возможность все бронировать и оплачивать, а наши партнеры будут получать вознаграждение. Если вдруг (что сейчас большая редкость) у агента нет сайта, можно получить пароль к нашей системе онлайн-бронирования и через портал для партнеров делать бронирования для своих туристов. Счета мы выставляем за вычетом комиссии. Присоединяйтесь!



журнал
Турбизнес
продолжает подписку на 2012 год

Подписной купон

Стоимость подписки
(16 номеров - 16 выпусков), включая НДС 18% - 3776,00руб.

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

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

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

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

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

Hotelbook: эффективный инструмент для бизнеса

Интернет-технологии для туристического бизнеса бурно развиваются. Для поддержания конкурентоспособности и привлечения клиентов агентствам необходимо соответствовать высоким технологическим требованиям. Многие российские турфирмы уже хорошо знакомы с системой онлайн-бронирования Hotelbook. **Собеседник «ТБ» – заместитель генерального директора компании «Хотелбук–Сервис» ТАТЬЯНА СУРЖИКОВА.**



Что представляет собой система бронирования Hotelbook?

Это современная высокотехнологичная система онлайн-бронирования, которая объединяет предложения по 120 тысячам отелей по всему миру от крупнейших поставщиков: GTA, Travco, Miki Travel, Kuoni, HotelBeds, Tourico, DOTW. Подключившись к Hotelbook, агентство круглосуточно может осуществлять быстрый поиск и бронирование гостиничных услуг. Хочу подчеркнуть, что наша система позволяет агенту видеть предложения всех поставщиков по интересующему отелю в одном окне. Широкий выбор туров, технологичность и привлекательная цена – три основных определяющих качества нашей системы. Сильной стороной сервиса является простота и удобство бронирования, возможность интегрирования сервиса на сайты турагентств. Еще одно преимущество Hotelbook перед другими системами – оказание визовой поддержки под бронирование отелей в системе. Наша компания аккредитована в более чем 30-ти посольствах Москвы и 18 посольствах Санкт-Петербурга. С уверенностью могу сказать, что Hotelbook – эффективный инструмент для развития бизнеса турагентств.

Как связан Hotelbook с компанией UTS Travel?

Система онлайн-бронирования Hotelbook была разработана компанией UTS Travel, которой руководит Алексей Крылов. В 2000-х годах началось интенсивное развитие сегмента индивидуального туризма, на котором специализируется UTS Travel. Количество заказов от наших клиентов постоянно увеличивалось, расширился пул поставщиков. Чтобы сохранять оперативность и высокие стандарты качества обслуживания клиентов, в 2004 году мы разработали самостоятельный онлайн-сервис Hotelbook. Он изначально создавался для сегмента b2b и поэтому учитывает всю специфику работы турагентств. Hotelbook – это востребованный туристическими агентствами продукт, который сейчас представляет компания «Хотелбук–Сервис» – самостоятельный коммерческий проект UTS Travel.

Какие еще туристические услуги предлагает Hotelbook?

Мы также предлагаем бронирование трансферов, экскурсии и аренду автомобилей. С помощью нашей системы пользователи могут формировать индивидуальные туры любой сложности. На сайте размещена полная информация о гостиницах на русском языке. Наша гордость – «Отельный гид», запущенный относительно недавно. С помощью этого сервиса можно посмотреть расположение отеля на карте города, оценить расстояние до основных городских достопримечательностей и транспортных узлов, посмотреть фотографии гостиницы, уточнить наличие мест на интересующие даты и сравнить цены.

Что нужно сделать турагенту, чтобы забронировать туры на Hotelbook?

Для этого необходимо зайти на сайт www.hotelbook.ru и пройти

несложную процедуру регистрации, которая займет пару минут. С турагентством заключается договор. После этого можно приступить к бронированию.

Консультируют ли специалисты вашей компании пользователей Hotelbook?

Конечно. Мы не только уделяем большое внимание высоким технологиям, но и стараемся помочь нашим агентам быстрее освоить систему. Для этого мы проводим учебные семинары и даем консультации. Хотя Hotelbook – это инструмент для профессионалов туристического рынка, он прост в использовании и подходит как для новичков, так и для подкованных специалистов в сфере бронирования. Если опыта недостаточно, то для надежной защиты от штрафных санкций каждый шаг клиента в системе будет сопровождать куратор. Уверенный пользователь получает полный доступ к системе с моментальным подтверждением бронирования. Ему также предоставляется возможность распечатать ваучер с логотипом его компании в режиме онлайн.

Может ли турагентство установить сервис Hotelbook на свой сайт?

Может, и для этого есть два пути. Первый – установка готового интерфейса Hotelbook. Второй – интеграция сайта агента с нашей системой посредством XML Gate. Интерфейс Hotelbook прост в установке, не требует технической поддержки и автоматически обновляется. Он адаптируется под дизайн сайта агента и благодаря этому выглядит как его собственный продукт. Клиенты агентства получают возможность самостоятельно подбирать себе тур, а турфирма полностью контролирует заказы своих туристов. Причем турагентство может устанавливать индивидуальную наценку на услуги для своих клиентов и таким образом регулировать размер своей прибыли. Что касается сервиса XML Gate, перечислю несколько возможностей, которые он предоставляет агентству: создание собственного сервиса онлайн-бронирования любого уровня сложности, управление собственной агентской и субагентской сетями, гибкую схему индивидуальных наценок на услуги, интегрирование XML Gate с другими системами бронирования туристических услуг, интеграцию как с системами бухучета, так и с электронными системами онлайн-платежей.

Ваши прогнозы развития Hotelbook?

База отелей Hotelbook постоянно расширяется за счет подключения новых поставщиков и внедрения в систему наших прямых контрактов. Также стремительно растет число пользователей. Уже более 1200 агентств подключились к Hotelbook и оценили ее преимущества. Наши прогнозы на будущее самые позитивные.



Пять лет безупречного качества

Бренд ERV представлен на отечественном туррынке уже пять лет. Оглядываясь назад, мы видим, что компания проделала огромный путь. На сегодняшний день ERV входит в пятерку компаний-лидеров, предлагающих услуги по страхованию путешествующих. За последний год наш доход увеличился почти на 50% за счет привлечения новых партнеров, роста объемов продаж уже существующих агентов, выхода уникального продукта «Отмена поездки Плюс».

Большой упор был сделан на развитие продаж дополнительных продуктов – страхование отмены поездки, багажа и др. На сегодняшний день такие программы составляют около 30% нашего страхового портфеля. Все это – результат работы не только с туроператорами, но и с турагентствами. Наши специалисты регулярно проводят семинары и тренинги, зачастую выездные, что положительно сказывается на информированности туриста о страховых продуктах, росте его заинтересованности.

В планах компании на 2012 год – развитие интернет-продаж. В конце прошлого года мы запусти-

ли интернет-магазин, в котором клиент может приобрести любой страховой продукт для своей поездки. В этом году стоит задача максимально эффективного присутствия компании в интернете. Это не только прямое присутствие и реклама, но и участие во многих туристических онлайн-проектах.

Сотрудничество со страховой компанией ERGO в текущем году позволит усилить наше присутствие на региональных рынках России. На сегодняшний день развитие технологий – приоритет многих крупных компаний. Партнерство с нами должно быть удобным как для партнеров, так и для прямых клиентов. Наши текущие возможности отвечают всем международным стандартам, мы систематически совершенствуем программы, используемые партнерами, открываем новые возможности.

Конечно, мы не забываем о качестве страховых услуг. Приоритет компании, специализирующейся исключительно в сфере туристического страхования, – высокое качество страхового продукта и сервиса для клиента.



« В этом году стоит задача максимально эффективного присутствия компании в интернете. »

АНДРЕЙ ТЮРИН

Генеральный директор страховой компании ERV



«Телетрейн» в Новосибирске

16 февраля компания «Телетрейн» провела в новосибирской гостинице DoubleTree by Hilton семинар для туроператоров и турагентств. Главной темой мероприятия стало представление популярной интернет-системы продаж авиационных и железнодорожных перевозок www.teletrain.ru.

Познакомиться с ней пришли представители более 40 турфирм города.

Система «Телетрейн» позволяет любому туристическому агентству продавать авиационные и железнодорожные билеты в режиме реального времени, не прибегая к услугам сторонних касс и найму высокоопла-



чиваемых специалистов. Турфирме не требуются большие денежные, временные и ресурс-

ные затраты для организации точек продаж. Важные особенности: авиабилеты на рейсы

более 200 авиакомпаний мира, возможность проводить все продажи по бухгалтерии фирмы. В маршрутные квитанции включаются собственные сборы агентства.

«Система «Телетрейн» позволит агентствам увеличить объемы продаж авиабилетов и, возможно, станет важной составляющей при формировании туров самостоятельно, без приобретения турпакетов у оператора. Затраченные на оплату билетов деньги наших клиентов можно практически мгновенно превратить в авиабилет, что исключает риск их потери», – отмечает представитель новосибирской компании «Ажур Вояж» Вадим Казанцев.

Средиземноморье

Наша постоянная рубрика «Витрина» – это своеобразный конкурс туристических фирм, в котором качество их работы оценивается с точки зрения опытного клиента. В этой роли выступает корреспондент «Турбизнеса».

УЧАСТНИКИ

«Нисса-Тур», Green Apple, «Эллас»

ТЕМА

Недельный круиз по Средиземноморью на лайнере Norwegian Epic для двоих

ВРЕМЯ ПОЕЗДКИ

6 – 13 мая

БЮДЖЕТ ПОЕЗДКИ

Обсуждается в процессе выбора предложения



»»» ВОЛШЕБНОЕ СРЕДИЗЕМНОМОРЬЕ

Круиз «Волшебное Средиземноморье» на лайнере Norwegian Epic отправляется каждую неделю по воскресеньям из Барселоны. Увлекательный маршрут охватывает самые интересные города Средиземноморья. Это Барселона, Неаполь, Рим (Чивитавеккья), Флоренция (Ливорно), Канни, Марсель. Присоединиться к круизу можно в Риме или Марселе. Стоимость недельного путешествия начинается от 599 евро на одного туриста при 2-местном размещении в каюте. Туроператором предусмотрены специальные условия для тех, кто путешествует всей семьей, – стоимость на 3-го и 4-го ребенка начинается от 99 евро. Лайнер Norwegian Epic построен в 2010 году. При двухместном размещении он вмещает 4100 пассажиров, к услугам которых 18 палуб, 14 ресторанов, 20 кафе и баров, аквапарк и 3 бассейна, в том числе детский, 6 джакузи, салон красоты, спа-центр, фитнес-центр, теннисный корт, боулинг, стена для скалолазания, волейбольная и баскетбольная площадки, казино, театр, магазины беспопышной торговли, библиотека, детский и подростковый клубы, конференц-залы, картинная галерея и многое другое.

«НИССА-ТУР»

Офис турагентства найти непросто – он находится в глубине жилого квартала недалеко от площади трех вокзалов. Но клиент в предварительном разговоре по телефону получил четкие инструкции о кратчайшем пути проезда и не потратил много времени на дорогу из центра. Офис компании оказался довольно большим, с несколькими департаментами и службами. Менеджер Юлия, узнав о том, что турист впервые решил отправиться в морской круиз, достаточно подробно объяснила специфику такого путешествия. Указала на то, что это достаточно элитный вид отдыха, но развеяла стереотип о том, что круизы – это скучное мероприятие для богатых пенсионеров.

GREEN APPLE

Турагентство расположено в строящемся комплексе. Скоро в здании



По опыту Юлии, за неделю круиза турист не успеет познакомиться и с половиной тех развлечений, которые предлагает своим гостям лайнер. Обратившись к базе данных, на указанные даты Юлия обнаружила несколько предложений, но все они оказались дороже, чем на Norwegian Epic. Рассчитав стоимость круиза «Волшебное Средиземноморье», Юлия предложила клиенту самый экономичный вариант – 1238 евро на двоих за внутреннюю каюту (с портовыми сборами). При бронировании клиент должен внести предоплату в размере 30%, оставшаяся часть суммы оплачивается за 1,5–2 месяца до начала круиза. Указанная цена включает полный пансион на борту лайнера и все развлекательные мероприятия. По мнению менеджера, экономный турист

будет красивый холл и ресепшн, а пока туриста встречают строительные леса и наскоро сбитое из фанеры бюро пропусков. К большому удивлению клиента из окошка выглянула очень обходительная дама, которая, извинившись за неудобство, подробно объяснила, как отыскать турагентство. На этаже, где находится Green Apple, ремонт уже завершен, и клиент оказался в просторном светлом деловом офисе. Круизами в этой компании занимается молодая специалист Елена. Менеджер подарила клиенту несколько каталогов с описанием



может обойтись без дополнительных расходов, но все же нужно планировать дополнительные расходы из расчета порядка 50 евро в день – в стоимость круиза не включены бутилированная вода, алкогольные напитки, придется доплатить и за экскурсии.

ми туров и внимательно выслушала пожелания посетителя. Несмотря на то, что клиент предварительно уже выбрал круиз – 7-дневный маршрут «Волшебное Средиземноморье» на лайнере Norwegian Epic по городам Италии, Елена предложила клиенту сравнить его выбор с другими круизами на указанные даты. Оказалось, что выбор довольно богат. Елена указала на то, что есть круизы с русскими группами, для которых организован трансфер. Это удобно, так как обычно турист по приезде самостоятельно добирается до морского порта. Старшая коллега Еле-

ны, которая помогала ей в работе с клиентом, заметила, что круизные программы итальянских операторов гораздо веселее, а норвежцы более аккуратны в обслуживании и, по ее мнению, лучше кормят. Узнав, что турист собирается в круиз впервые, Елена предложила ему каюту с балконом – чтобы лучше почувствовать момент. Цена при таком

размещении составит 82,7 тысячи рублей. В Green Apple туристу было предложено внести предоплату в размере 50%, остальные деньги – после получения виз. Менеджер также указала, что при отмене путешествия круизные компании, как правило, не возвращают деньги за оплаченную каюту – на этот случай клиент получил консультацию

о системе страхования от невыезда. Менеджер агентства завела на туриста карточку и попросила не тянуть с решением – времени до начала круиза остается немного, а каюты распродают довольно быстро.

Оценка клиента - 4

Оценка эксперта - 5

«ЭЛЛАС»

Это турагентство работает с индивидуальными туристами. У компании нет собственного сайта, поэтому о существовании «Элласа» можно узнать только от друзей или коллег. Наш клиент воспользовался такой рекомендацией и, перед тем как поехать в офис, сделал звонок по телефону. Туристу выслушали, извинились, что не смогли принять в тот же день и предложили изучить имеющийся ассортимент в интернете, а после подъехать в офис, который удобно расположен в центре города. Небольшая комната турагентства обставлена почти по-домашнему. Наталья, директор агентства, предложила клиенту напитки и сразу же сделала запрос на желаемый круиз. Клиенту не потребовалось задавать вопросы – менеджер как будто заранее знала, что будет интересно узнать о круизах человеку, который ни разу в таком путешествии не был. Главное, к чему нужно быть готовым,

со слов Натальи, это то, что вопреки традиционным представлениям о круизах как о размеренном виде отдыха, у туристов в плавании практически нет свободного времени. Каждый день персонал приносит в каюту расписание мероприятий на 4 листах – только успевай отдыхать и развлекаться! Особенно это ощущается в 7-дневном круизе. Поэтому, если клиент хочет более размеренного отдыха, то лучше выбирать 10-дневную программу, так как там, как правило, есть дни без захода в порты. Второй нюанс, на который указа-



Оценка клиента - 4

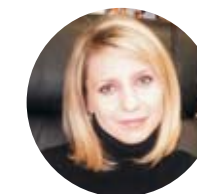
Оценка эксперта - 4

ВЗГЛЯД КЛИЕНТА

У туриста, впервые решившегося отправиться в круиз, безусловно, будет масса вопросов к агенту. И в данном случае все агентства проявили свой профессионализм – клиент узнал, как организованы круизы, узнал некоторые нюансы жизни на корабле, был ознакомлен с этикетом и дресс-кодом, который обязателен для посещения, к примеру, капитанского ужина; посмотрел фотографии лайнера и кают разных классов. Словом, составил полное представление о круизе. Выбирая из трех хороших турагентств, предпочтение клиент отдал бы фирме «Нисса-Тур». Ее менеджер подробно описала продукт и предло-

жила самые выгодные условия покупки. Специалисты из Green Apple и «Эллас» также были на высоте – чувствуется, что продавцы не раз были в круизах и доносят до клиента информацию, проверенную на собственном опыте. Возможно, если бы турист не получил в «Нисса-Тур» более выгодные условия приобретения круиза, он бы не раздумывая стал клиентом одной из этих компаний. Но в Green Apple попросили 50% предоплаты, а в «Элласе» – все 100%. Так как возврата средств в случае отказа от круиза чаще всего не предполагается, то этот момент стал решающим при выборе клиента.

ВЗГЛЯД ЭКСПЕРТА



ОКСАНА БЕЛОВА

Руководитель отдела морских круизов компании «Карлсон Туризм»

Специфика бронирования круизов определяется тем, что туристу для подтверждения каюты необходимо внести депозит, размер которого определяется круизной компанией, или полную оплату, если до круиза остается менее 60 дней, а для некоторых компаний – менее 120 дней. Что касается условий аннуляции круиза, то они действительно жестче, чем на наземные туры, и определяются сроком отказа от путешествия. Очень правильно, что менеджер одного из агентств предложил туристу услугу страхования от невыезда. Она актуальна, если круиз бронируется задолго до начала путешествия, когда у туриста больше выбора и привлекательнее цены.

Американская круизная компания NCL, круиз которой выбрал турист («Волшебное Средиземноморье» на лайнере Norwegian Epic), отличается от итальянских круизов некоторыми интересными для российских пассажиров моментами: свободным выбором питания, отсутствием дресс-кода, богатой инфраструктурой и выбором размещения на лайнере.

Большие артисты

Молодой дрессировщик **АНДРЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ-КОРНИЛОВ** – четвертый представитель знаменитой династии дрессировщиков слонов. Андрей выступает на манеже Московского цирка Никулина на Цветном бульваре с аттракционом «Тайна слонов-великанов». Великолепные индийские слоны, а точнее, слоники – самые настоящие умницы и красавицы. А еще неутомимые путешественницы.



БЕСЕДОВАЛА ЕЛЕНА ОЛЬШАНСКАЯ

Андрей, как зародилась ваша цирковая династия? Первым стал мой прадед Александр Николаевич Корнилов. Однажды он, будучи моряком, пришел в увольнительную в самарский цирк-зверинец и познакомился там с девушкой, которая продавала билеты. Он влюбился в нее и захотел на ней жениться. А девушкой этой оказалась Марья Ивановна Филатова, дочка хозяина зверинца. И мой прадед пожертвовал карьерой моряка, ушел в цирк, начал работать дрессировщиком у Филатовых. Сначала был ассистентом, выдрессировал большую группу животных и в результате остановился на слонах. Благодаря его выбору мы столько лет и работаем со слонами. Моя бабушка, Нина Андреевна, тоже попала в цирк не сразу. Она училась в балетной школе, в 16 лет приехала в Москву, поступила в Театр оперетты. Однажды на спектакль пришел известный цирковой режиссер Шахид, ему нужны были три девочки в цирковой балет. Он посмотрел спектакль и выбрал в том числе мою бабушку. Так она попала в цирк и там познакомилась с моим дедом Анатолием Корниловым.

Моя мама встретила с отцом в десятом классе в Риге, куда переехали ее родители. Отец был спортсменом, надеждой олимпийского резерва города Риги, но жениться на матери он мог только при условии, что

тоже придет в цирк и научится работать со слонами. Таково было условие деда. В результате он тоже все бросил и оказался в цирке.

Несколько лет назад в Цирке на Цветном выступала ваша бабушка Нина Андреевна. Тогда там справляли ее восьмидесятилетний юбилей. И она так легко парила по манежу между своими двумя слониками, удивительно! Наша бабушка – это наш общий пример, наша гордость, потому что, несмотря на свой возраст, она преисполнена оптимизма, у нее потрясающая сила духа. Каждому стоит поучиться.

У вас в жизни вообще-то был выбор? Или профессия была уже predetermined? Сколько помню себя в детстве, я всегда находилась возле слонов. Наверное, это повлияло на выбор, вернее, на его отсутствие. Просто такая у нас, цирковых, жизнь.

Со слонами трудно делать трюки? Как вообще они делаются? Новый трюк всегда сложно делать, что человеку, что животному. Многие зависит от фантазии дрессировщика и стечения обстоятельств. Напри-

мер, у нас есть трюк, когда слон ложится на живот и проползает под другим слонем. Можно подумать, что это для них несвойственно, но это не совсем так. Во-первых, та слониха, которая делает этот трюк, когда была маленькой, сама проползала под большим слонем за колесом, с которым она играла. И делала так потому, что это умение идет от природы. Слоны иногда таскают деревья ценной породы, которые затем используются в производстве. Деревья эти растут на горных вершинах, и добраться до них на транспорте невозможно. Дойти туда могут только слоны. И когда они преодолевают горные рельефы, на их пути встречаются места, где они могут только проползти, и они это успешно делают.

Какие отношения между слонами в вашей компании? Дружеские, это очень дружная семья. Вожак стаи у нас – старшая слониха Ранга. Если во время кормежки она выходит вперед, то остальные беспрекословно слушаются, отступают назад, она ест первая, а потом уже подходят другие. У слонов очень строгие приоритеты. Но при этом нет никакой конкуренции или вражды, просто каждый знает свое место.

Я знаю, что у вас в семье случилось пополнение – слониха по имени Марго. Маленькую Марго мы привезли из Китая, я лично летал за ней в провинцию Гуанчжоу, где большой парк сафари, в котором обитает всевозможная живность. Там есть очень большая группа слонов, и китайцы сделали подарок компании «Росгосцирк», подарили слоненка. Для нас это огромная радость, потому что в течение двадцати лет было сложно достать слонов. Эти животные занесены в Красную книгу, мировая конвенция запрещает продавать их, особенно в цирки. Потому что если в зоопарках они размножаются, то в цирках нет – никто не держит разнополых животных.

Как юную артистку встретила Россия? Когда мы привезли Марго в Ярославский цирк, то сразу перевели ее в общий слоновник. Сначала она подбежала к самой старшей, наверное, поняла, что это вожак стаи, а потом подбежала к слонихе Прети, осталась у ее ног и заснула. Перелет ведь был долгим, потом дорога от Москвы до Ярославля заняла больше десяти часов. Так вот, она легла спать, а все слоники закидали ее сеном, чтобы получилось одеяло, и потом охраняли ее сон. А после этого Прети стала ее приемной мамой. Она сразу приняла эту роль, ограничила себя в общении с другими слонами и теперь больше времени уделяет воспитанию слоненка, ухаживает, постоянно следит за ней.

Слоны – заботливые животные? Очень заботливые. Очень трогательно наблюдать, когда начинается кормежка, и слоны подходят к кормушке, маленькая остается сзади. Тогда Прети отодвигает всех слонов, пропускает Марго, та наедается и только потом уже начинают есть Прети и все остальные. Когда Марго выходит на манеж, Прети стоит в проходе и наблюдает за ней. Она совершенно не может без нее, если маленькая слониха пропадает из ее поля зрения, то у Прети начинается реальная паника. Она никого не слушается, начинает бегать в поисках.

А почему маленькую назвали именно Марго? Она сама выбрала себе это имя. Когда мы ее купили, то для начала объявили конкурс на лучшее имя. Нам на сайт прислали много вариантов имен. Мы их собрали, подошли к слоненку и стали по очереди называть эти имена, как бы подзывая ее к себе. Когда дошло дело до имени Марго, она вдруг сразу среагировала и подбежала к нам. Вот так получилось.

Слоны вообще хорошие животные? Слоны по природе хорошие животные, но очень обидчивые и злопамятные. Если слона обидеть, он может озлобиться на человека и даже спустя много лет вспомнить это и отомстить обидчику.

У нас был служащий, который однажды ни с того, ни с сего затушил сигарету о хобот слона. После этого его сразу уволили, и он устроился униформистом. И вот однажды, спустя много лет, наш аттракцион приехал выступать в город, где как раз работал этот бывший служащий. Слониха узнала его, потом улучила момент, схватила его хоботом и... В общем, кончилось все трагически.

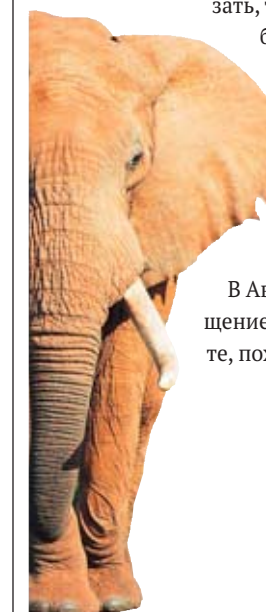
У вас есть трюк, когда слониха крутит вас на хоботе. Это опасно? Для меня нет. Она прекрасно знает, что если она отпустит, то я могу упасть, и это будет плохо для меня, поэтому она держит очень аккуратно. Ей это не составляет труда, так как в ее хоботе находится 40 тысяч мышц. Представляете?!

Как вашим слонихам живется в неволе? Я делаю все возможное, чтобы их жизнь в цирке была благополучной, но вообще, моя мечта – сделать заповедник, где бы животные могли жить на свободе. Где-нибудь в Краснодарском крае это вполне возможно. Такое желание есть и у моей мамы, оно было у отца.

Вы как-то говорили, что мечтаете о кино? Да, есть у меня такая мечта. Есть задумка о создании фильма о цирковых артистах. Главный герой этого фильма будет Осинский, который потерял на фронте одну руку, но после этого вернулся и работал как эквилибрист на одной руке. Был случай, когда на гастролях в Германии, он делал трюк на мачте, которая выдвигалась на четыре метра вверх и управлялась электричеством. И вроде как один немец узнал этого человека, русского солдата, решил ему отомстить и выключил электричество. В течение 10 минут, пока не было света, Осинский не мог ни сойти, ни спрыгнуть. И в течение 10 минут он стоял на одной руке.

Андрей, расскажите, как вы любите отдыхать? Можно сказать, традиционно. Зимой в горах катаюсь на сноуборде, летом стараюсь быть где-нибудь рядом с морем или тоже в горах.

Какое место больше всего запомнилось и где хотелось бы побывать? Очень запомнилась Австралия. Там я оказался не случайно, мы отправились на гастроли, 26 суток плыли на пароходе. В Австралии на берегу океана – незабываемое ощущение. В будущем мне хотелось бы побывать в Тибете, походить по горам.



ТБ

Первые кросс-полярные



19 января 1935 года в газете «Правда» было опубликовано письмо Героя Советского Союза С.А. Леваневского, в котором он писал: «Я предлагаю совершить в 1935 году беспосадочный перелет Москва – Сан-Франциско через Северный полюс». Одна из целей перелета – «установление кратчайшего пути между двумя крупнейшими пунктами мира».

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

Запись в штурманском бортовом журнале самолета NO25



Экипаж самолета АНТ-25:
Г.Ф. Байдуков, В.П. Чкалов,
А.В. Беляков

Маршрут над Северным полюсом

Общественность восприняла эту идею с большим энтузиазмом, но специалисты отнеслись к ней более сдержанно. В частности, известный полярник, начальник Главсевморпути академик О. Ю. Шмидт считал организацию первого кросс-полярного рейса в 1935 году преждевременной. Он отмечал: «Основной смысл перелета, очевидно, в демонстрации нашей авиации, ибо будущие международные полеты, конечно, пойдут не по этому пути – через полюс, – а по берегу Ледовитого океана».

История распорядилась так, что первый в мире перелет через Северный полюс выполнил экипаж в составе В.П. Чкалова, Г.Ф. Байдукова и А.В. Белякова. Произошло это 75 лет назад – 18 июня 1937 года в 4.05 со Шелковского аэродрома стартовал рекордный самолет АНТ-25. 20 июня он совершил посадку в городе Ванкувере штата Вашингтон. Вслед за этим, в июле, перелет Москва – Северный полюс – Сан-Джасинто выполнил экипаж в составе М.М. Громова, А.Б. Юмашева и С.А. Данилина. В августе из Москвы стартовал четырехмоторный самолет ДБ-А под командованием С.А. Леваневского, который должен был пролететь над Северным полюсом и приземлиться на Аляске. Этот рейс закончился трагически – место падения самолета до сих пор точно не известно.

К идее организации трансконтинентального воздушного сообщения по кросс-полярным трассам вернулись много десятилетий спустя. Первый тестовый рейс через Северный полюс из Красноярска в Монреаль был выполнен в 1997 году на самолете авиакомпании «Сибавиатранс». В 1998 году авиакомпания «Трансаэро» выполнила первый кросс-полярный перелет по маршруту Москва – Красноярск – Торонто – Нью-Йорк. В марте 2001 года открылось регулярное пассажирское сообщение – пионером стала американская Continental Airlines, выполнившая рейс из Нью-Йорка в Гонконг на самолете «Боинг-777».

Перевозчики быстро оценили выгоды кросс-полярного сообщения. Для них оно означает существенно сокращение времени перелета и снижение эксплуатационных расходов. За период с 2001 по 2008 год по кросс-полярным маршрутам было выполнено более 12 тысяч рейсов. Сегодня они связывают города США с пунктами назначения в Южной и Юго-Восточной Азии. Развитие этого проекта придадут большое значение в российском правительстве. «Я думаю, что это тоже тема, в которой у России есть свои особенные возможности», – заявил в одном из своих выступлений Дмитрий Медведев.



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ЯРМАРКА ПУТЕШЕСТВИЙ

18-20 МАЯ 2012

ГОСТИНЫЙ ДВОР

Отдых из первых рук
www.mitf.ru



При поддержке:

Информационная поддержка:

Стратегический партнер:

Генеральный интернет-партнер:

Интернет-партнеры:



Весь мир.
Одна выставка.

Mitt



20-я Московская международная выставка
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

20-23 марта 2013

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»



www.mitt.ru

mitt
Саммит

Московский международный
туристический бизнес-саммит

20 марта 2013

Организатор:



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

При поддержке:



Министерство
спорта, туризма
и молодёжной
политики РФ



Российский
Союз
Туриндустрии